

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**“ANÁLISIS COMPARATIVO PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO
DE LA EMPRESA MITZI ARANDA HACIA LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS
Y PAÍSES BAJOS”**

Tesis presentada por la Bachiller:

Pilco Del Carpio, Mariela Stefany

Para optar el Título Profesional de:

**Ingeniera Comercial, en la especialidad de:
Negocios Internacionales.**

Asesor:

Econ. Tejada Bernal, Jorge Óscar

Arequipa – Perú

2020

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
INGENIERIA COMERCIAL
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS

Arequipa, 10 de Noviembre del 2020

Dictamen: 001799-C-EPICO-2020

Visto el borrador de tesis del expediente 001799, presentado por:

2013600812 - PILCO DEL CARPIO MARIELA STEFANY

Titulado:

**ANÁLISIS COMPARATIVO PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO DE LA EMPRESA
MITZI ARANDA HACIA LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y PAÍSES BAJOS**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**0257 - TEJADA BERNAL JORGE OSCAR
DICTAMINADOR**



**0663 - SILES NEYRA MARIO OSWALDO
DICTAMINADOR**



**1853 - UGARTE CONCHA ANGEL ROLAND
DICTAMINADOR**



DEDICATORIA

A mis padres; Ana María y Armando,

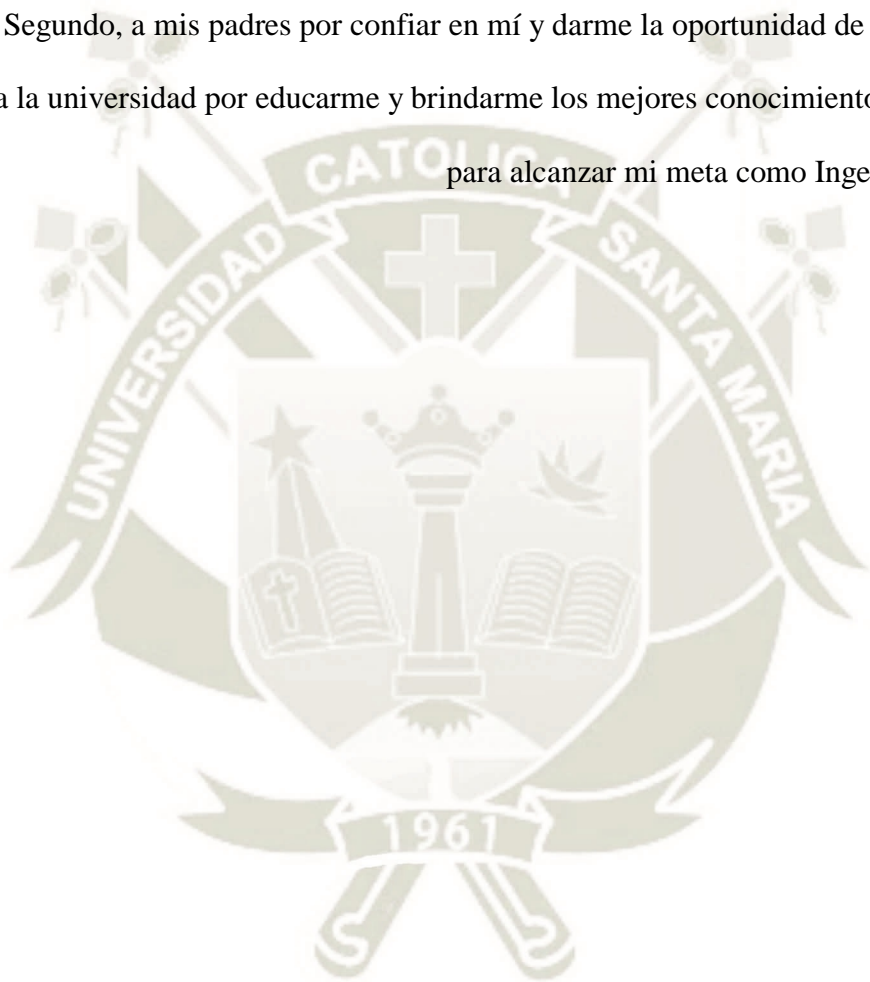
Por ser el regalo más grande que Dios me pudo dar, por guiarme en cada etapa de mi vida y demostrarme su apoyo incondicional en cada decisión que tomo, especialmente en la elaboración de este proyecto. Ustedes saben lo mucho que los amo y esa es la razón de que este proyecto esté dedicado a ustedes.

A mis hermanos mayores; Fernando y Amparo,

Por ser los mejores hermanos del mundo, por motivarme y exigirme siempre para cumplir cada meta que me propongo. Por ser mis ejemplos a seguir, por enseñarme a no rendirme y esforzarme el doble a pesar de las dificultades.

AGRADECIMIENTOS

Primero agradezco a Dios por darme la familia que tengo, por ser luz y guía en mi camino desde pequeña. Segundo, a mis padres por confiar en mí y darme la oportunidad de ser profesional y tercero a la universidad por educarme y brindarme los mejores conocimientos y experiencias para alcanzar mi meta como Ingeniera Comercial.



RESUMEN

La presente investigación titulada: “ANÁLISIS COMPARATIVO PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO DE LA EMPRESA MITZI ARANDA HACIA LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y PAISES BAJOS” tiene como objetivo determinar el mercado más atractivo para la exportación de arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda a través de un Análisis Comparativo entre los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

El estudio se inició con un análisis de los principales mercados importadores de arándanos frescos peruanos: Estados Unidos y Países Bajos. Se consideraron diversos factores: Factor Cultural, Factor Económico, Factor Logístico y Factor Barreras Comerciales, que permitieron saber cuál sería el destino más apropiado para la exportación de ese fruto.

Por último, se realizó un análisis comparativo de ambos mercados, evaluando los factores mencionados, y colocándoles una calificación de acuerdo a la importancia de cada uno respecto a un mercado y otro. Todo ello se determinó a través de una Matriz de Perfil Competitivo, la cual ayudó en la selección del país ganador. De acuerdo a la comparación de ambas alternativas y la evaluación de los factores mencionados, los resultados demostraron que el mercado potencial para exportar Arándano Fresco desde la empresa Mitzi Aranda es Estados Unidos, ya que obtuvo un mayor puntaje frente a Países Bajos. La puntuación del mercado norteamericano es de 2.29 y del mercado europeo 1.71.

Palabras Clave: Análisis Comparativo, Estudio de Mercados, Mercado Objetivo.

SUMMARY

The present investigation is titled: "COMPARATIVE ANALYSIS FOR THE EXPORT OF FRESH BLUEBERRY FROM THE COMPANY MITZI ARANDA TO THE MARKETS OF THE UNITED STATES AND THE NETHERLANDS" aims to determine the most attractive market for the export of fresh blueberries from the Mitzi Aranda Company through of a Comparative Analysis between the markets of the United States and the Netherlands.

The study began with an analysis of the main importing markets for Peruvian fresh blueberries: The United States and the Netherlands. Various factors were considered: Cultural Factor, Economic Factor, Logistics Factor and Trade Barriers Factor, which allowed us to know which would be the most appropriate destination for the export of this fruit.

Finally, a comparative analysis of both markets was carried out, evaluating the aforementioned factors, and placing a rating on them according to the importance of each one with respect to one market and another. All this was determined through a Competitive Profile Matrix, which helped in the selection of the winning country. According to the comparison of both alternatives and the evaluation of the aforementioned factors, the results showed the potential market to export Fresh Blueberries from Mitzi Aranda company is the United States, since it has a higher score compared to the Netherlands. The score for the North American market is 2.29 and the European market has 1.71.

Key Words: Comparative Analysis, Market Study, Target Market.

INTRODUCCIÓN

En el mundo existen alrededor de 114 microclimas, de los cuales el Perú cuenta con 84 de ellos, lo que lo hace un país muy diverso en especies, y le ha permitido el desarrollo de nuevos cultivos y la apertura de nuevas oportunidades comerciales para productos demandados a nivel mundial. A su vez, el país posee estacionalidades anuales invertidas de fruta en relación a muchos mercados internacionales, lo cual representa una ventaja comparativa frente a los competidores. Gracias a ello, el Perú ha crecido de manera importante en sus exportaciones, y un gran componente de estas se debe a los productos de agro exportación. En este sentido el rubro de frutos de los berries, y dentro de ellos el arándano, es una oportunidad interesante para nuestro país. El arándano tiene un mercado atractivo, con una demanda creciente y que aún no está satisfecha, es una fruta que posee características de antioxidante y antibiótico, entre otras cualidades saludables que son indiscutibles y cuenta con buenos precios, sobre todo en las ventanas de producción en el que Perú puede producir en contra estación. Cabe mencionar que el posicionamiento del consumo de arándanos en el mundo está consolidado, principalmente en los mercados de Estados Unidos y Países Bajos, lugares que ocupan las primeras ubicaciones como principales importadores de arándano peruano.

La empresa Mitzi Aranda ha logrado incursionar en el mercado de la comercialización de arándanos frescos en la ciudad de Arequipa, a través de una alianza estratégica con proveedores provenientes del norte del país, considerada esta una zona de elevado y gran potencial para el cultivo del arándano. Actualmente, ciudades como La Libertad, Lambayeque, Ica, Lima y Ancash son las principales regiones productoras de arándanos a nivel nacional, las cuales han mostrado en los últimos años un enorme crecimiento con el apoyo de las empresas peruanas.

En este trabajo de investigación se abordarán tres capítulos expuestos a continuación.

En el Capítulo I denominado Fundamentos Teóricos se describe el problema central, se identifican las variables, así como las interrogantes básicas del trabajo, se plantean tanto el objetivo general como los específicos, se abordan puntos importantes en el marco teórico, se tiene una exposición del arándano, sus propiedades, el volumen de producción y su estacionalidad, así como también información de la empresa Mitzi Aranda tales como reseña histórica, misión, visión y valores e igualmente se muestra el organigrama y el proceso de acopio de la mercancía. En este mismo apartado se visualizan los antecedentes del trabajo de investigación y se establece la hipótesis.

En el Capítulo II titulado Aspectos Metodológicos se explican las técnicas e instrumentos a emplear y, paralelamente, se delimita el campo de verificación junto a la estrategia de recolección de datos.

En el Capítulo III llamado Resultados se hace una presentación detallada de los mercados de Estados Unidos y Los Países Bajos, se presenta se determina y selecciona el mercado objetivo, mediante el análisis de cada uno de sus factores, los cuales han sido divididos en aspectos cualitativos y aspectos cuantitativos.

Finalmente, se plasmarán las conclusiones y recomendaciones, fruto de este trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
RESUMEN	iii
SUMMARY	iv
INTRODUCCIÓN	v
CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Enunciado del problema	1
1.2 Descripción del problema.....	1
1.2.1 <i>Campo, Área y Línea</i>	3
1.2.2 <i>Tipo de problema</i>	3
1.2.3 <i>Variables</i>	3
1.2.4 <i>Interrogantes básicas</i>	5
1.3 Justificación	5
2. OBJETIVOS	7
2.1. Objetivo general	7
2.2. Objetivos específicos	7
3. MARCO TEÓRICO.....	8
3.1. Descripción del arándano y partida arancelaria.....	8
3.1.1. <i>Tipos de Arándanos</i>	9
3.1.2. <i>Variedades y Especies de Arándanos</i>	10
3.1.3. <i>Calidad del fruto del arándano</i>	12
3.1.4. <i>Presentaciones del arándano</i>	13
3.1.5. <i>Partida Arancelaria</i>	13
3.1.6. <i>Atributos del Arándano</i>	14
3.2. Producción y estacionalidad a nivel nacional.....	15
3.2.1. <i>Producción de arándano en el Perú</i>	15
3.2.2. <i>Variedades de arándanos en el Perú</i>	17
3.2.3. <i>Estacionalidad del arándano en el Perú</i>	18
3.2.4. <i>Exportaciones Nacionales del Arándano</i>	19
3.2.5. <i>Principales Destinos del arándano</i>	21

3.2.6.	<i>Principales Empresas Exportadoras de arándanos</i>	25
3.3.	Empresa Mitzi Aranda.....	26
3.3.1.	<i>Reseña Histórica</i>	26
3.3.2.	<i>Misión y Visión de la Empresa</i>	27
3.3.3.	<i>Valores de la Empresa</i>	27
3.3.4.	<i>Organigrama de la Empresa</i>	28
3.3.5.	<i>Proceso de Acopio del Arándano Fresco</i>	28
4.	ANTECEDENTES	32
5.	HIPÓTESIS	36
CAPITULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....		37
1.	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y MATERIALES DE VERIFICACIÓN	37
1.1.	Técnicas e Instrumentos	37
1.2.	Estructura de los Instrumentos	38
2.	CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	38
2.1.	Ámbito.....	38
2.2.	Temporalidad	38
2.3.	Unidades de estudio	38
3.	ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	39
3.1.	Criterios para el manejo de resultados.....	40
3.2.	Recursos necesarios.....	40
3.2.1.	<i>Recursos Humanos</i>	40
3.2.2.	<i>Recursos Materiales</i>	40
3.2.3.	<i>Recursos Financieros</i>	41
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....		42
1.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	42
1.1.	Mercado de Estados Unidos	42
1.1.1.	<i>Aspectos Generales</i>	42
1.1.2.	<i>Economía y PBI per Cápita de EE.UU.</i>	42
1.1.3.	<i>Balanza Comercial Perú – Estados Unidos</i>	44
1.1.4.	<i>Producción y Estacionalidad de Arándano en EE.UU.</i>	44
1.1.5.	<i>Precios</i>	46
1.1.6.	<i>Demanda de arándano en EE.UU.</i>	47
1.1.7.	<i>Consumidores</i>	48
1.1.8.	<i>Aranceles y Acuerdos Comerciales</i>	49

1.1.9.	<i>Normalización</i>	50
1.1.10.	<i>Logística Internacional</i>	53
1.2.	Mercado de Países Bajos	57
1.2.1.	<i>Aspectos Generales</i>	57
1.2.2.	<i>Economía y PBI per Cápita de los Países Bajos</i>	58
1.2.3.	<i>Balanza Comercial Perú – Países Bajos</i>	59
1.2.4.	<i>Producción y Estacionalidad de arándano en los Países Bajos</i>	60
1.2.5.	<i>Precios</i>	61
1.2.6.	<i>Demanda de arándano en los Países Bajos</i>	62
1.2.7.	<i>Consumidores</i>	64
1.2.8.	<i>Aranceles y Acuerdos Comerciales</i>	65
1.2.9.	<i>Normalización</i>	66
1.2.10.	<i>Logística Internacional</i>	69
1.3.	Determinación de Mercados Objetivo Estados Unidos – Países Bajos	73
1.4.	Selección del Mercado Objetivo.....	74
1.5.	Análisis de los Factores para cada mercado	76
1.5.1.	<i>Aspectos Cualitativos</i>	76
1.5.2.	<i>Aspectos Cuantitativos</i>	80
	CONCLUSIONES	92
	RECOMENDACIONES.....	94
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
	ANEXOS	99
	ANEXO 01. INFORMACIÓN DETALLADA DEL ARÁNDANO	100
	ANEXO 02. ENTREVISTA A GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA MITZI ARANDA	101
	ANEXO 03. FORMATOS DE DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN	109
	ANEXO 3.1. FORMATO FACTURA COMERCIAL.....	109
	ANEXO 3.2. FORMATO LISTA DE EMPAQUE	110
	ANEXO 3.3. FORMATO CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO O BILL OF LANDING	111
	ANEXO 3.4. FORMATO CARTA CRÉDITO	114
	ANEXO 3.5. FORMATO CERTIFICADO DE ORIGEN	115
	ANEXO 04. PROYECTO DE TESIS	116
1.	PLANTEAMIENTO TEORICO	116
1.1.	Enunciado del problema	116

1.2. Descripción del problema	116
1.2.1 Campo, Área y Línea	118
1.2.2. Tipo de problema	118
1.2.3. Variables	119
1.2.4. Interrogantes básicas	120
1.2.5. Justificación	120
1.3. Objetivos	121
1.3.1. Objetivo general	121
1.3.2. Objetivos específicos	122
1.4. Marco Teórico	123
1.4.1. Mercado del Arándano	123
1.4.2. Empresa Mitzi Aranda	125
1.4.3. Mercado de Estados Unidos	126
1.4.4. Mercado de Países Bajos	127
1.5. Antecedentes	131
1.6. Hipótesis	134
2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	135
2.1. Técnicas e Instrumentos	135
2.2. Estructura de los Instrumentos	136
2.3. Campo de verificación	136
2.3.1.Ámbito	136
2.3.2. Temporalidad	136
2.3.3. Unidades de estudio	136
2.4. Estrategia de recolección de datos	137
2.5. Criterios para el manejo de resultados	138
2.6. Recursos necesarios	138
2.6.1 Recursos Humanos	138
2.6.2. Recursos Materiales	138
2.6.3. Recursos Financieros	139
2.7. Matriz de Consistencia	140
2.8. Cronograma de actividades	141

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Operacionalización de variables.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabla 2 Tipos de Arándanos.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 3 Presentación de Arándanos.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabla 4 Partida Arancelaria de Arándanos Frescos.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 5 Beneficios del Arándano.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 6 Principales variedades de Arándanos en el Perú.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 7 Estacionalidad de Arándano en el Perú.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 8 Principales Empresas Exportadoras de Arándanos en el Perú – Valor FOB (Millones de US\$).....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 9 Estructura de los instrumentos.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 10 Recursos necesarios a utilizar.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 11 Balanza Comercial de Estados Unidos – Valor FOB (Miles de US\$).....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 12 Estacionalidad de Arándano en Estados Unidos.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 13 Principales mercados proveedores y sus precios para un producto importado por Estados Unidos (Miles de US\$ por Tonelada).....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 14 Principales mercados proveedores de un producto importado por Estados Unidos (Miles de US\$).....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 15 Principales mercados proveedores de un producto importado por Estados Unidos (Toneladas).....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 16 Convenios Internacionales.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 17 Tiempo aproximado de navegación de Arándano fresco desde Perú a Estados Unidos.....</i>	<i>56</i>

<i>Tabla 18 Tarifas Promedio para la exportación de Arándano Fresco hacia Estados Unidos</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 19 Balanza Comercial de Países Bajos – Valor FOB (Miles de US\$).....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 20 Estacionalidad de Arándano en Países Bajos.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 21 Principales mercados proveedores y sus precios para un producto importado por Países Bajos (Miles de US\$ por Tonelada)</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 22 Principales mercados proveedores de un producto importado por Países Bajos. (Miles de US\$).....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 23 Principales mercados proveedores de un producto importado por Países Bajos. (Toneladas)</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 24 Convenios Internacionales</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 25 Tiempo aproximado de navegación de Arándano fresco desde Perú a Países Bajos...</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 26 Tarifas Promedio para la exportación de Arándano Fresco hacia Países Bajos</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 27 Factores a analizar.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 28 Ponderación de factores críticos para la selección del Mercado Objetivo</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 29 Comparación idioma</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 30 Comparación de consumidores</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 31 Comparación Acuerdos Comerciales.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 32 Comparación Certificados y requisitos.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 33 Comparación Acceso (Puertos).....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 34 Comparación PBI anual.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 35 Comparación PBI per Cápita anual.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 36 Comparación de Balanza Comercial</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 37 Comparación de Precios</i>	<i>82</i>

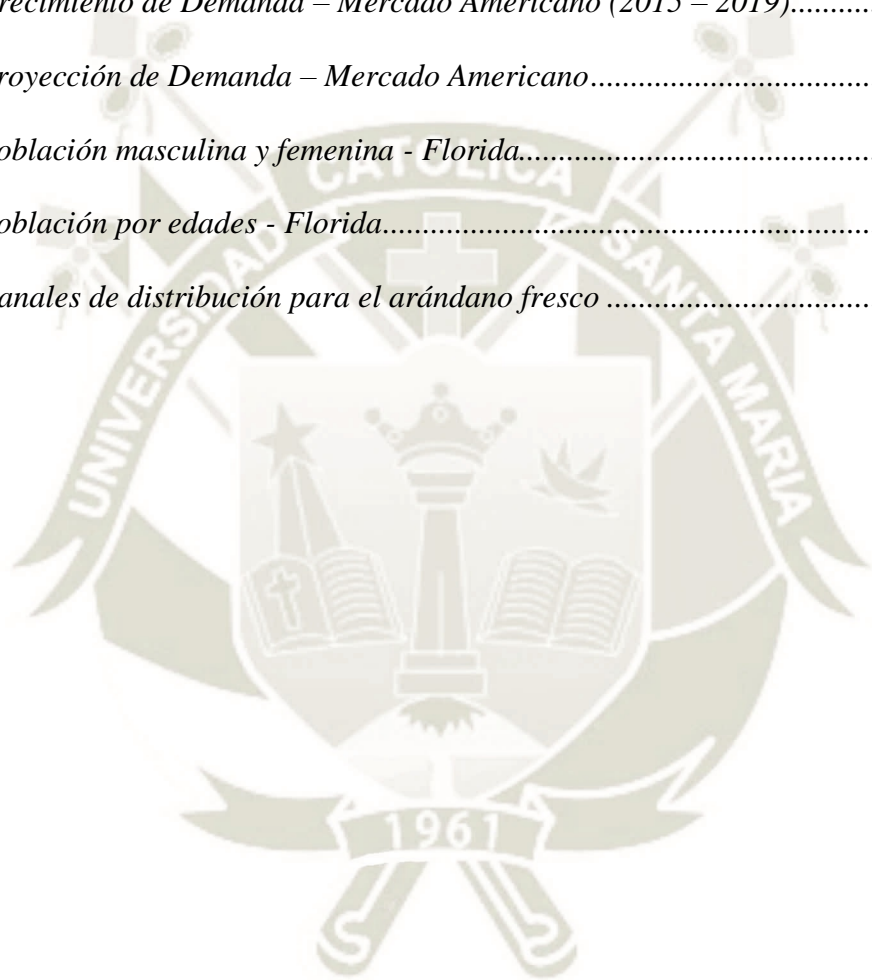
<i>Tabla 38 Comparación de Demanda en valor FOB.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 39 Comparación tiempo de tránsito.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 40 Comparación de tarifas.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 41 Matriz de Perfil Competitivo.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 42 Pronóstico de la demanda 2020 - 2024.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 43 Tasa de desempleo en Florida.....</i>	<i>90</i>



ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Producción Nacional de Arándano Fresco -Toneladas</i>	<i>16</i>
<i>Figura 2 Superficie Cosechada de Arándano Fresco - Hectáreas.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 3 Exportaciones Nacionales de Arándano Fresco - Valor FOB (Millones de US\$).....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 4 Exportaciones Nacionales de Arándano Fresco – Toneladas.....</i>	<i>21</i>
<i>Figura 5 Principales Destinos de Exportación de Arándanos Peruanos – Valor FOB (Millones de US\$).....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 6 Principales Mercados Destino de Exportación de Arándanos Frescos 2019.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 7 Exportaciones Nacionales a Estados Unidos – Valor FOB (Millones de US\$).....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 8 Exportaciones Nacionales a los Países Bajos – Valor FOB (Millones de US\$).....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 9 Participación de las Principales Empresas Nacionales Exportadoras de Arándano Fresco en el 2019.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 10 Organigrama Actual de la Empresa Mitzi Aranda.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 11 Proceso de Acopio de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda</i>	<i>30</i>
<i>Figura 12 Diagrama del Proceso de Acopio de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda</i>	<i>31</i>
<i>Figura 13 PBI Anual de Estados Unidos - (Millones de US\$).....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 14 PBI per cápita de Estados Unidos - (Miles de US\$)</i>	<i>43</i>
<i>Figura 15 Ubicación del Puerto de Miami-Estados Unidos 1</i>	<i>55</i>
<i>Figura 16 Ubicación del Puerto de Miami-Estados Unidos 2</i>	<i>55</i>
<i>Figura 17 Ruta Principal de navegación entre Perú y Estados Unidos para la exportación de Arándano Fresco</i>	<i>56</i>
<i>Figura 18 PBI Anual de Países Bajos - (Millones de US\$).....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 19 PBI per cápita de Países Bajos - (Miles de US\$).....</i>	<i>59</i>

<i>Figura 20 Ubicación del Puerto de Rotterdam-Países Bajos 1.</i>	<i>70</i>
<i>Figura 21 Ubicación del Puerto de Rotterdam-Países Bajos 2.</i>	<i>71</i>
<i>Figura 22 Ruta Principal de navegación entre Perú y Países Bajos para la exportación de Arándano Fresco</i>	<i>72</i>
<i>Figura 23 Crecimiento de Demanda – Mercado Americano (2015 – 2019).....</i>	<i>87</i>
<i>Figura 24 Proyección de Demanda – Mercado Americano.....</i>	<i>87</i>
<i>Figura 25 Población masculina y femenina - Florida.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 26 Población por edades - Florida.....</i>	<i>89</i>
<i>Figura 27 Canales de distribución para el arándano fresco</i>	<i>90</i>



CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Enunciado del problema

Análisis Comparativo para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

1.2 Descripción del problema

Actualmente el arándano o blueberry es una de las frutas más rentables en el mundo, por sus diversas características nutricionales y antioxidantes. Es considerada también como una “superfruta” en varios países extranjeros lo que la ha llevado a incrementar su demanda y consumo en mercados exteriores como Estados Unidos, Países Bajos, Inglaterra China y España.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2019), las exportaciones peruanas de frutas (frescas, congeladas, conservas y jugos) representan más del 50% de las agroexportaciones y éstas crecieron un 9.5% en el primer trimestre del 2019, teniendo como resultado que las mayores ventas fueron de arándano (70%), granada (27%) y uva (19%).

Una investigación realizada por la consultora Maximixe señaló que, a finales del 2019, las exportaciones de arándanos aumentarían en 60.2%, llegando hasta los US\$ 885 millones. La principal razón será el aumento de envíos a los mercados de Estados Unidos, Países Bajos y China.

Pese a que en el Perú se comenzó a cultivar arándanos entre los años 2007- 2008, los envíos a mercados exteriores crecieron significativamente entre los años 2012 y 2018,

mostrando una producción de 89.735 toneladas en el 2018, representando así un volumen mayor en 71.6% respecto al año 2017. Siendo los principales mercados destino Estados Unidos con un 54% y Países Bajos con un 21%.

A nivel de Sudamérica, el Perú es considerado el segundo exportador mundial de arándano fresco, después de Chile. Sus principales regiones productoras son La Libertad, Lambayeque, Ica, Lima y Áncash.

Por otro lado, el “Informe del Mercado de Arándanos” señaló que la producción de arándanos tendrá un aumento de 50% debido a las mejores condiciones climatológicas en las regiones de La Libertad y Lambayeque Redacción. Gestión, (2019).

Se sabe que la mayor parte de la producción y cantidad de hectáreas de arándanos se concentra en el norte del país, especialmente en el departamento de La Libertad, el cual ha mostrado en los últimos años un crecimiento abismal con el apoyo de las empresas CAMPOSOL S.A y TAL S.A, las cuales han probado diversas técnicas de cultivos, climas, fertilizantes, etc.

Sin embargo, la empresa Mitzi Aranda ha logrado incursionar en el mercado de la comercialización de arándanos frescos, en la ciudad de Arequipa a través de una alianza estratégica con proveedores provenientes del norte del País, encontrando una oportunidad de crecimiento para la empresa el empezar a exportar a nuevos mercados. Para ello, si se busca ser competitivos a largo plazo en cuanto a la exportación de blueberries, se requiere realizar un análisis comparativo de los principales mercados destino de esta fruta que son Estados Unidos y Países Bajos, para dar a conocer a la empresa Mitzi Aranda, respecto a la demanda, liberación y logística de cada mercado, así como sus cambios, sensibilidad y procesos de internacionalización.

Es importante resaltar que la exportación de esta fruta es y será un negocio muy importante para el Perú porque la demanda demuestra una tendencia al alza para los años posteriores, sobre todo en los mercados de EEUU, Europa y China, lo que hace atractiva la inversión, y pone de manifiesto el reto de los productores peruanos para poder satisfacer el requerimiento con su oferta.

1.2.1 Campo, Área y Línea

- **Campo:** Ciencias Económicas administrativas
- **Área:** Ingeniería Comercial
- **Línea:** Negocios internacionales

1.2.2 Tipo de problema

1.2.2.1 Tipo:

Por la fuente, corresponde a un tipo de investigación documental, porque se realizará recopilación de información y análisis de datos obtenidos a partir de datos estadísticos, entrevistas y documentación publicada.

1.2.2.2 Nivel:

De acuerdo con el propósito o alcance de la investigación, corresponde a un estudio de nivel descriptivo, porque se pretende realizar un análisis comparativo para la exportación de arándano fresco hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

1.2.3 Variables

1.2.3.1 Variable independiente:

- Análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos.

1.2.3.2 Variable dependiente:

- Exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados Estados Unidos y Países Bajos.

1.2.3.3 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE:	Factor Cultural	Idioma Consumidores	Observación Documental
Análisis Comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos	Factor Económico	PBI Anual PBI Per Cápita Balanza Comercial Precios Nivel de Demanda (Importaciones)	
	Factor Barreras Comerciales	Acuerdos Comerciales Certificaciones y Requisitos	
	Factor Logístico	Accesos (Puertos) Tiempo de Tránsito Tarifas	
VARIABLE DEPENDIENTE:	Oferta Productiva	Producción Nacional Zonas de Cultivo Estándares de Calidad	Recopilación de datos de producción.
Exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos	Perspectiva Empresarial	Proceso de Acopio de la Empresa	Entrevista a Gerente Empresa Mitzi Aranda.
Elaboración propia			

1.2.4 Interrogantes básicas

1.2.4.1 Interrogante General

- ¿Es posible evaluar mediante un análisis comparativo de mercados, la oportunidad de exportar Arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia Estados Unidos o Países Bajos?

1.2.4.2 Interrogantes Específicas

- ¿Cómo los Factores Culturales de Estados Unidos y Países Bajos influyen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿De qué Manera los Factores Económicos de Estados Unidos y Países Bajos determinan la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿Qué barreras comerciales se presentan en Estados Unidos y Países Bajos, y como estas intervienen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿Cuáles son los Factores Logísticos a considerar de Estados Unidos y Países Bajos y cómo afectan a la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?

1.3 Justificación

1.3.1. Justificación Social

La oportunidad de exportación de arándanos frescos, comercializado por la empresa Mitzi Aranda, se verá reflejada en el crecimiento de la misma, a su vez generando nuevas fuentes de empleo, así como un mayor movimiento e impulso económico.

La investigación permitirá una mejor toma de decisiones respecto a la selección del mercado objetivo al que se dirigirá, basándose en criterios que representan una mayor rentabilidad para la empresa Mitzi Aranda.

La identificación de nuevos mercados para la exportación de un producto representará una oportunidad para los productores y microempresarios como la gerencia de la Empresa Mitzi Aranda quienes podrán disponer de una herramienta no solo informativa sino también que contribuya como elemento para orientar las *exportaciones a mejores destinos*.

1.3.2. Justificación económica

El Perú posee una economía dependiente principalmente de la minería. Este recurso no es renovable y tampoco es eterno, por esta razón resulta de vital importancia encontrar nuevas maneras de potenciar la economía peruana. El sector exportador agrícola del Perú representa una opción de ingresos emergente y en crecimiento que puede aportar divisas para el país ya que presenta una tendencia que va incrementando, especialmente por la adopción de nuevas tecnologías de procesamiento de vegetales, ya que de esta manera pueden brindar valor agregado al producto haciéndolo más atractivo para el mercado extranjero. Para contribuir a esta tendencia se plantea la exportación de Arándano Fresco comercializado por la Empresa Mitzi Aranda, la cual se verá beneficiada con la elección de un mercado de destino que demande menores costos y máximas ganancias.

2. OBJETIVOS

2.1.Objetivo general

- Evaluar mediante un análisis comparativo de mercados la oportunidad de exportar Arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia Estados Unidos o Países Bajos.

2.2.Objetivos específicos

- Determinar los Factores Culturales de Estados Unidos y Países Bajos que influyen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Establecer de qué manera los Factores Económicos de Estados Unidos y Países Bajos determinan la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Definir qué barreras comerciales se presentan en Estados Unidos y Países Bajos, y como estas intervienen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Identificar los Factores Logísticos a considerar de Estados Unidos y Países Bajos y cómo afectan a la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.

3. MARCO TEÓRICO

3.1.Descripción del arándano y partida arancelaria

Según Ministerio de Agricultura y Riego, (2016). Los arándanos son también conocidos como berries, bayas o frutas del bosque, estos tipos de frutas son pequeños y comestibles que antiguamente no se cultivaban, sino que crecían en arbustos silvestres. Estos frutos son nativos de Norteamérica, cuyo nombre científico es *Vaccinium Myrtillus*, donde crecen en forma silvestre y se cultivan dos variedades de arándano: Lowbush blueberry (*Vaccinium angustifolium*) comprendidas por las especies más pequeñas y Highbush blueberry (*Vaccinium corymbosum*) abarcando los arbustos más grandes, dentro de los cuales se encuentran muchas variedades comerciales.

Comercialmente se considera a esta fruta dentro del grupo de berries; conformado por frutos tales como la frambuesa (raspberry), mora (blackberry), fresas (strawberry) y los arándanos (blueberry). Todos estos frutos resaltan principalmente por su pequeño tamaño, su forma ovalada o esférica, su sabor ácido y breve tiempo de conservación luego de la cosecha.

Minagri, (2016) El arándano está dentro de los tipos de berries y se proyecta a un alto crecimiento en el mercado internacional, esto gracias a las características nutricionales que posee ya que cuenta con un alto nivel de antioxidantes. En cuanto al mercado destino, este fruto es altamente competitivo y se encuentra enfocado en alcanzar un abastecimiento global durante todo el año. También es relevante mencionar que el mercado del arándano es muy versátil, ya que estos berries además de ser utilizados como frutas frescas, también pueden usarse como productos secos, extractos, alimentos procesados (helados, postres, dulces), jugos y bebidas, aceites, etc.

Minagri, (2016). Estas características impulsan el consumo de este fruto en mercados internacionales, como, por ejemplo, Estados Unidos, Europa y Asia. En cuanto a oportunidades de exportación, es imprescindible que el Perú y su nueva oferta exportable de arándanos lleguen a convertirse en uno de los principales proveedores de Estados Unidos y Europa, sobre todo en los periodos (agosto-diciembre y enero-abril) en los cuales la producción asciende.

3.1.1. Tipos de Arándanos

Se han identificado los siguientes tipos de arándanos:

- a. **Arándano Azul (*Vaccinium corimbosum*)**: Nutridieta, (2019). Este tipo de arándano se encuentra en el Noreste de Estados Unidos, se lo puede reconocer por las siguientes características: es un arbusto de aspecto vertical, mide 1.8 metros de altura, sus hojas caducas son de un tono escarlata y tiene flores rocosas e inflorescencias péndulas de color rosa palo pálido. Predomina por sus frutos de color negro – azulado, bastantes grandes y sabrosos, es la especie que más se cultiva.
- b. **Arándano Negro / Arándano Uliginoso (*Vaccinium uliginosum*)**: Se encuentra en el hemisferio norte y mayormente en el nivel del mar, en las regiones más frías de Europa, Asia y América, hasta más de 3000 metros en las montañas del sur de estas regiones.

Minagri, (2016) se lo puede reconocer por las siguientes características: es un arbusto que generalmente llega al medio metro de altura, teniendo frecuentemente una altura de 15 a 20 cm, crece en suelos ácidos de la tundra, zonas pantanosas y bosques de coníferas (pinos). Este tipo de arándano presenta frutos negros con pulpa blanca y flores de color rosa pálido.

- c. **Arándano Rojo (*Vaccinium vitis – idaea*):** Minagri, (2016). Los frutos de este tipo de arándano por lo general son recogidos de las plantas silvestres. El arándano rojo se encuentra en la zona norte de Europa, América, Asia y en las montañas del hemisferio norte. Se caracteriza por: aparecer formando un bulto en la parte baja de los árboles de 10 y 30 cm de altura, sus flores presentan tonos. Los frutos son redondeados y rojizos y su sabor es muy ácido por lo que se utiliza principalmente en la elaboración mermeladas.

Tabla 2
Tipos de Arándanos

Arándano Azul	Arándano Negro	Arándano Rojo
		

Fuente: Minagri, (2016)
Elaboración Propia

3.1.2. *Variedades y Especies de Arándanos*

Según Salas, (2020) determina que los arándanos se clasifican en tres variedades y cada una con sus respectivas especies:

- **Arándanos Lowbush:** Son arbustos bajos con plantas que llegan a 50 cm de altura, requieren de 650 a 850 horas de frío. Tienen frutos pequeños y de baja acidez.
- **Arándanos Highbush:** Son plantas de 1,5 a 2,5 m de altura. Se dividen en:
- **Arándanos Altos del Norte (Northern highbush):** Requieren de 800 a 1200 horas de frío. Sus especies son:
 - Bluecrop
 - Elliot

➤ **Arándanos Altos del Sur (Southern highbush):** Requieren de 650 a 850 horas de frío. Sus especies son:

- Biloxi
- Misty
- Legacy
- O`Neal
- Georgia Gem
- Star
- Jewel
- Emerald
- Millenia
- Primadonna
- Snowchaser

➤ **Arándanos Ojo de Conejo (Rabbiteye):** Son plantas que requieren de 300 a 400 horas de frío anuales, llegan a medir de 2 a 4 metros de altura y sus frutos son de menor calidad. Se le denomina ojo de conejo ya que sus frutos son de color rojo cuando todavía no están maduros. Sus especies son:

- Aliceblue
- Bluebelle
- Bluegem
- Briteblue
- Clímax
- Delite
- Powderblue
- Woodard
- Beckyblue
- Brightwell

3.1.3. *Calidad del fruto del arándano*

Según Undurraga D. & Vargas S, (2013) la calidad se encuentra definida por diferentes factores agrupados como calidad visible, calidad organoléptica y calidad nutritiva.

- a) Calidad Visible: Este factor está relacionado con la apariencia de la fruta, es decir, el color uniforme del fruto, ausencia de defectos como daños y pudriciones, forma y tamaño de la fruta, y que el fruto presente una firmeza adecuada.
- b) Calidad Organoléptica: Implica un contenido adecuado de azúcares, ácidos y compuestos volátiles relacionados con el aroma del fruto. La operación de pre cosecha y post cosecha deben estar orientadas a maximizar la llegada de un producto de calidad hasta el consumidor.
- c) Calidad Nutritiva: Se refiere a los atributos que posee el fruto para la salud. En el caso del arándano es rico en antioxidantes.

3.1.4. Presentaciones del arándano

El arándano se puede ofrecer al mercado en las siguientes presentaciones:

Tabla 3

Presentación de Arándanos

PRESENTACIÓN	IMÁGEN
Fresco	
Congelado	
Deshidratado	
Enlatado	

Fuente: Elaboración Propia

3.1.5. Partida Arancelaria

La partida arancelaria es un código numérico asignado a las mercancías que permite saber cuáles son los tributos a pagar al momento de su ingreso al país.

Internacionalmente están armonizadas a 6 dígitos, “Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de mercancías”. En el caso peruano, este código está compuesto por 10.

En el presente trabajo de investigación se utilizará la siguiente partida arancelaria:

Tabla 4

Partida Arancelaria de Arándanos Frescos

Partida	Descripción de la Partida	Nombre Científico
0810.40.00.00	Arándanos Rojos, Mirtillos y demás frutos del género <i>Vaccinium</i> , frescos.	<i>Vaccinium Myrtillus</i>

Fuente: SIICEX, (2019)

Elaboración Propia

3.1.6. Atributos del Arándano

El consumo del arándano otorga una serie de beneficios para la salud, tales como:

Minagri, (2016),

Tabla 5

Beneficios del Arándano

Beneficios	
1. Antioxidante	El arándano contiene antioxidantes en mayor cantidad que otras frutas y verduras. Los antioxidantes son buenos para el sistema inmune.
2. Bajo en calorías	Los berries tienen un gran contenido de fibra, vitamina C y vitamina K.
3. Disminuye la presión sanguínea	Comer este fruto de manera regular ayuda a prevenir ataques cardíacos.
4. Reduce el azúcar en la sangre	Los arándanos tienen efectos protectores contra la diabetes.
5. Previene el cáncer	Tomar de medio a un vaso de jugo de arándano todos los días, puede ayudar a prevenir el cáncer.
6. Ayuda a perder grasa en el abdomen.	El arándano ayuda a reducir el exceso de grasa alrededor del estómago y también reduce los problemas en el metabolismo del cuerpo. Este fruto puede ser incluido en las dietas nutritivas.
7. Fortalece los huesos	Los arándanos contienen manganeso y este es bueno para los huesos y muy poderoso para su fortalecimiento.
8. Estimulación cerebral	Comer arándanos puede hacer que el cerebro funcione de manera más activa y más inteligente.
9. Mejora la visión	Consumir dos arándanos cada día puede evitar el riesgo de disminución de la visión debido al aumento de la edad.
10. Previene la infección en el tracto urinario	Los arándanos contienen sustancias que podrían prevenir que ciertas bacterias se adhieran a las paredes de la vejiga.

Fuente: Minagri, (2016)

Elaboración Propia.

Está claro que los arándanos, además de su agradable sabor, tienen un impacto altamente positivo sobre la salud de los consumidores ya que su consumo acarrea una serie de beneficios nutritivos.

3.2. Producción y estacionalidad a nivel nacional

3.2.1. Producción de arándano en el Perú

Es importante resaltar que el cultivo del arándano es sensible y es necesario un proceso de preparación, de cambio de las condiciones del suelo, donde se empleará un tiempo determinado y que pueden marcar una diferencia entre una plantación exitosa o una que nace muerta. En el área donde se perciba buena calidad de agua, suelos sueltos, conectividad, las empresas se beneficiarán con las condiciones para crecer. Además, es importante considerar que el cultivo necesita condiciones exactas de PH y conductividad, un sistema de fertirriego adecuado y eficaz, asimismo, un trabajo cultural de acuerdo a la fenología esperada del cultivo.

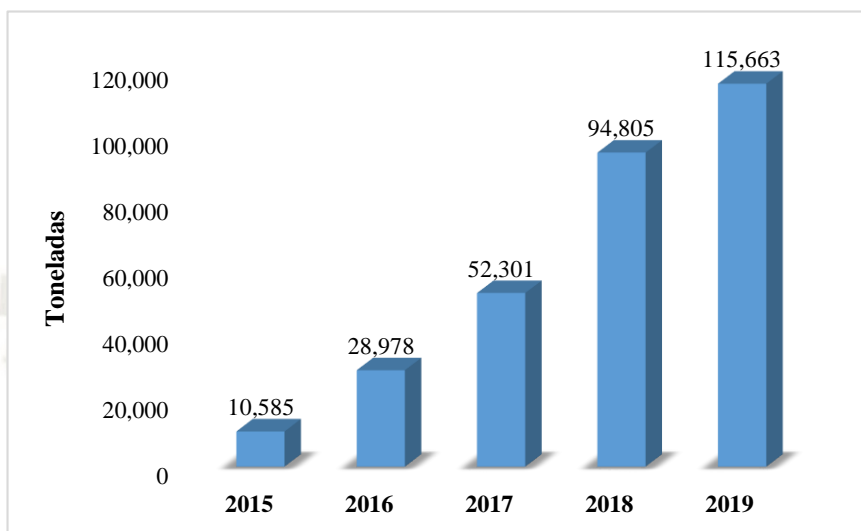
Según el Minagri, (2016) actualmente lo que se requiere es hacer el proceso de aprendizaje más corto y reducir la tasa de fallas. Para lograr esto, es necesario ocuparse desde la genética hasta la distribución. Establecer las variedades adecuadas, internalizar que la calidad e inocuidad son fundamentales en el negocio y concentrar las cosechas en la ventana comercial; son entre otros algunos desafíos de este negocio. En el Perú se han presentado casos de éxito en la costa y sierra; no obstante, también se identificaron fracasos. El principal factor de éxito o fracaso es la elección de los lugares donde se instalará el cultivo

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) comunicó que la producción de arándanos en el Perú se incrementó a una tasa promedio de 206% anual durante los años

2012 al 2018. La Libertad y Lambayeque fueron las regiones con mayor índice de producción Gestión, (2019).

Figura 1

Producción Nacional de Arándano Fresco -Toneladas

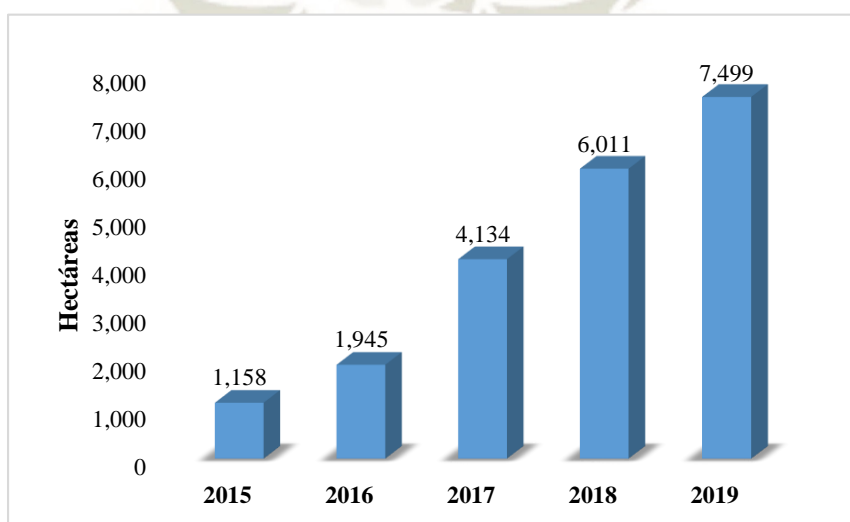


Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración: Propia

Figura 2

Superficie Cosechada de Arándano Fresco - Hectáreas



Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración: Propia

Según Minagri, (2016)) durante el 2015, la producción nacional de arándano fresco fue de 10,585 mil toneladas y 1,158 hectáreas cosechadas. En el año 2016, la producción aumento a 28,978 mil toneladas y 1,945 hectáreas cosechadas. Siendo la región peruana con mayor participación de este año, La Libertad, que concentró alrededor del 90% de la exportación nacional, seguido por las regiones de Áncash, Cajamarca, Ica, Lima y Lambayeque

Para el año 2017, se tuvo una producción nacional de 52,301 toneladas de arándanos frescos con 4,134 de hectáreas cosechadas. En el 2018 estas cifras se duplicaron a 94,805 toneladas de arándanos frescos producidos, y con 6,011 hectáreas cosechadas a nivel nacional. Para el año 2019 se proyectó una producción nacional de 115,663 toneladas de arándanos frescos con 7,499 hectáreas cosechadas.

3.2.2. Variedades de arándanos en el Perú

Redagrícola, (2017) en los últimos años, el arándano ha ido tomando importancia en el Perú como una “súper fruta” y a su vez ha seducido por igual a grandes compañías y a pequeños productores ya que presenta una alta rentabilidad y la oportunidad de aprovechar una ventana comercial en una época en que existe desabastecimiento en todo el mundo.

Según Pazos, (2017) especialista en berries del área de Emprendimiento, Inversión e Innovación de Sierra y Selva Exportadora, en el Perú, se suele trabajar, en líneas generales, con variedades como la Biloxi, que abarca más del 80% de la oferta nacional, y otras variedades como Emerald, Legacy, Ventura, Jewel, Misty, Snowchaser y Springhigh, tanto en el caso de pequeños como de grandes productores.

En el Perú existen más de 30 variedades de arándanos que se han introducido a lo largo de los años. Las principales variedades de arándanos en el Perú son:

Tabla 6

Principales variedades de Arándanos en el Perú

Variedad de Arándano en el Perú	Descripción
Biloxi	Buen rendimiento productivo, buen color, firmeza y sabor del fruto, requiere pocas horas de frío para su cultivo, buena vida de post cosecha. Es de calibre medio.
Emerald	Buena calidad de frutos. Sin embargo, es más difícil de conducir, poda más complicada.
Legacy	Frutos de tamaño medio y de largo periodo de almacenamiento.
Ventura	Vigorosa, crecimiento ordenado, frutos firmes.
Jewel	Frutos grandes de color azul claro, requieren menor tiempo de horas de frío. Fácil de cosechar.
Misty	Frutos grandes con sabor firme y sabroso. Su producción es precoz.
Snowchaser	Frutos firmes y de sabor característico. Sin embargo, sus calibres son más pequeños. Buena duración post cosecha.
Springhigh	Dificultades en post cosecha, pierde el 'bloom' de forma rápida, tratamiento diferenciado de post cosecha.

Fuente: Redagícola, (2017)

Elaboración Propia

3.2.3. Estacionalidad del arándano en el Perú

Debido a la capacidad geográfica que tiene el Perú, se pueden producir arándanos durante todo el año; aunque no es pertinente salir en aquellos ciclos donde los países que son potencia como importadores se encuentran en plena cosecha, dado que cuentan con producción interna y los precios son más bajos.

Minagri, (2016) los consumidores más resaltantes son los países que se encuentran ubicados en el Hemisferio Norte, lugar donde es originario el arándano, ahí se hallan los más principales centros de producción, comercialización y consumo, entre éstos, Estados

Unidos, Canadá, ciertos países de la Unión Europea (Países Bajos, Polonia, Alemania, etc.). Durante los períodos en los que dejan de producir por cuestiones estacionales (invierno), los países del Hemisferio Sur se benefician en dichas épocas para distribuir su producción (ventanas estacionales) en volúmenes considerables. Es el caso de Chile, Argentina, Nueva Zelanda, y hoy en día Perú.

Tabla 7
Estacionalidad de Arándano en el Perú

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	1	5	6	8	10	12	14	16	18	20	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	45	47	49	51
PERÚ	■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■	

Fuente: Elaboración propia en base a Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú, (2016).

Como se visualiza en la Tabla 7, en el Perú se cultiva arándano durante todo el año, pero la temporada de producción máxima se da en las semanas 10, 12 correspondiente al mes de marzo y en las semanas 38, 40, 42, 45, 47 y 49 correspondientes a los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre.

3.2.4. Exportaciones Nacionales del Arándano

A lo largo de los años, el Perú ha experimentado un gran crecimiento en las exportaciones de arándanos frescos, debido a diversos factores, como la apertura de nuevos mercados, el aumento de la cantidad de hectáreas sembradas, las mayores inversiones para el procesamiento de ese fruto, y la diversidad de condiciones agroclimáticas del país, ya que en promedio se estima que crece 1,300 hectáreas por año.

Agraria, (2019) “Ya es casi un hecho que en pocos años vamos a ser el principal exportador de arándanos del mundo y probablemente el segundo o tercero de los mayores productores, y vamos a ocupar lugares en el ranking global de este mercado que hoy son ocupados por otros”, manifestó el vicepresidente de Pro Arándanos y gerente general de la empresa agrícola Valle y Pampa, Miguel Bentín.

Figura 3

Exportaciones Nacionales de Arándano Fresco - Valor FOB (Millones de US\$)



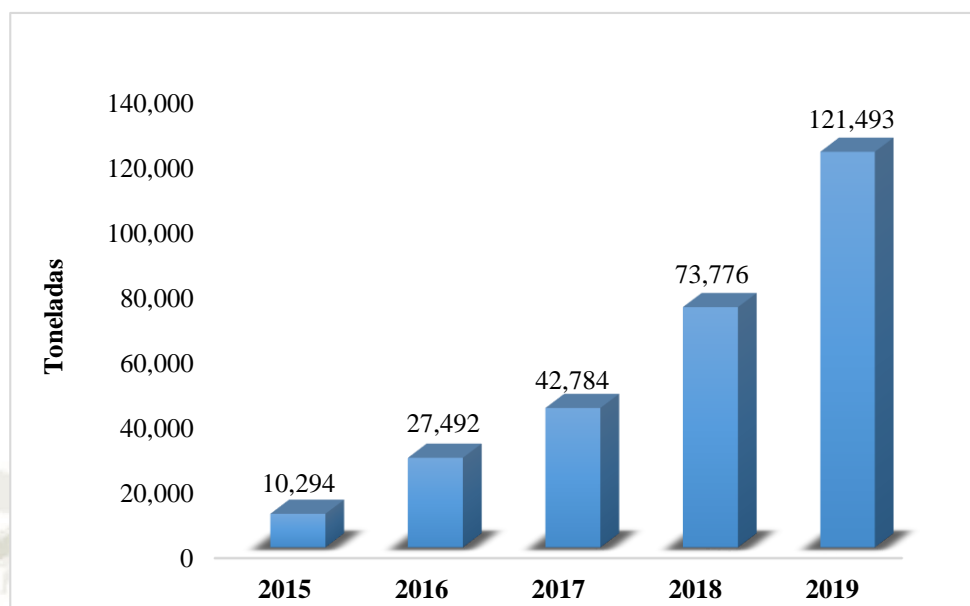
Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración Propia

En la figura N°3 se muestra el crecimiento de las exportaciones de arándano del Perú. Como se puede observar, en el 2015 apenas se exportaba US\$ 96 millones de dólares de arándanos frescos, este tuvo un considerable crecimiento en el 2016, exportando US\$ 239 millones de dólares de este fruto. Posteriormente las exportaciones aumentaron a US\$ 356 millones de dólares en el 2017, US\$ 554 millones de dólares en el 2018 y hubo un espectacular avance hacia los US\$ 807 millones de dólares en el 2019.

Figura 4

Exportaciones Nacionales de Arándano Fresco – Toneladas



Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración: Propia

A su vez, la figura N° 4 muestra el aumento del volumen de Arándano Fresco exportado. Como se observa, en el 2015 se exportó alrededor de 10 mil toneladas de berries nacionales, se aprecia también que, en los años 2016, 2017 y 2018 esta cantidad fue incrementando a 27, 42 y 73 mil toneladas respectivamente. Y en el 2019 las exportaciones llegaron a una cantidad de 121 mil toneladas.

Agro Noticias, (2020) “en el año 2019, Perú se convirtió en el primer exportador mundial de arándanos, despachando 121 mil toneladas de fruta fresca por un valor de US\$ 807 millones, relegando a Chile en el segundo lugar del ranking, con envíos de 112 mil toneladas valorizadas en US\$ 560 millones, informó el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri).”

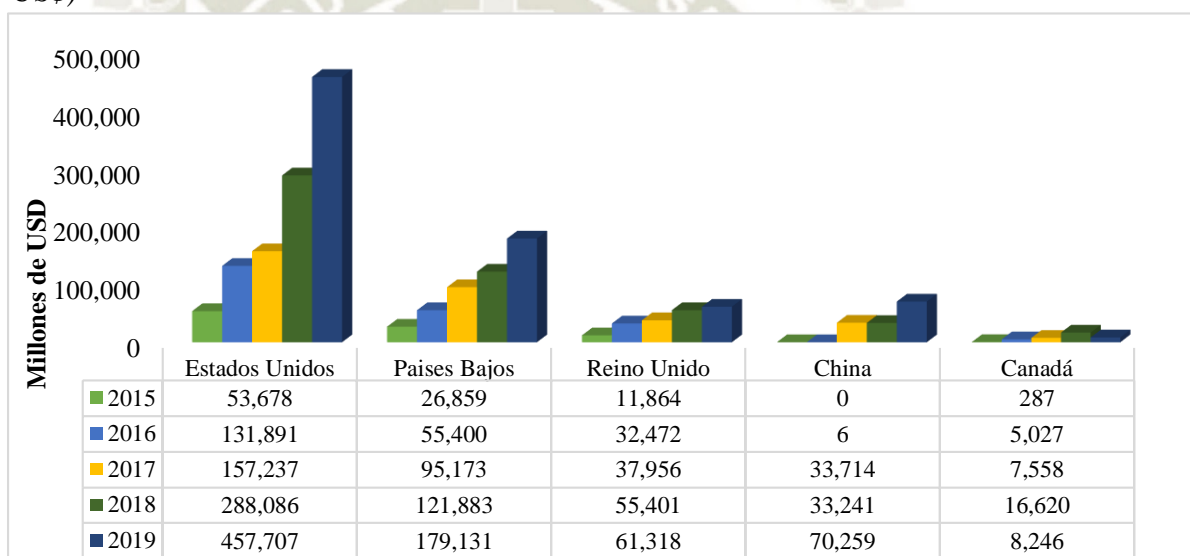
3.2.5. Principales Destinos del arándano

La popularidad del arándano peruano ha ido aumentando en los últimos años y se espera que el crecimiento en las exportaciones de este fruto se siga dando en un futuro

cercano. El Perú ya es el primer exportador mundial y se perfila a consolidarse en la cumbre por muchos años, pues los campos de cultivo para exportación no hacen más que aumentar cada año. Durante la campaña entre mayo del 2019 y febrero del 2020, fueron tres los principales destinos que concentraron más del 85% de las exportaciones peruanas de arándano: Estados Unidos (55% de participación), los Países Bajos (24%) y China (11%).

Figura 5

Principales Destinos de Exportación de Arándanos Peruanos – Valor FOB (Millones de US\$)



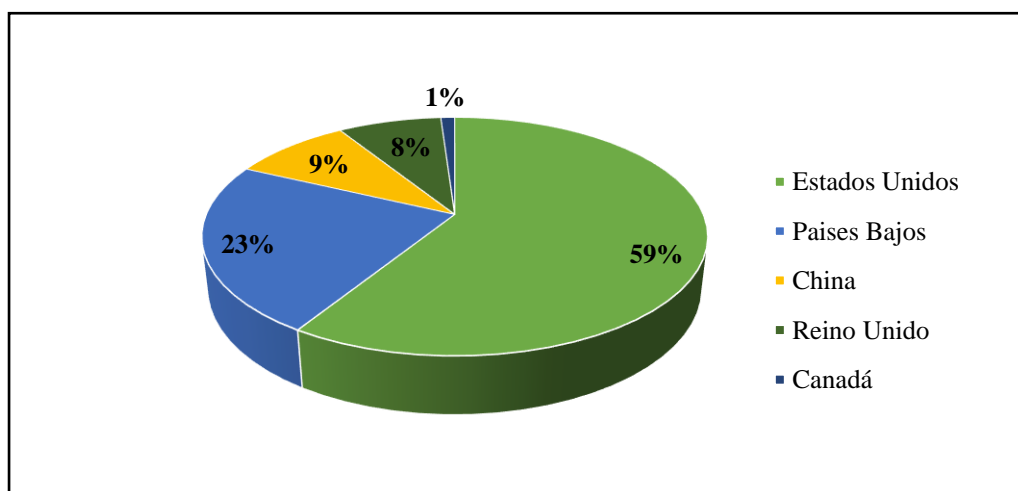
Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración propia

La figura N°5 muestra el crecimiento de las exportaciones nacionales de arándano fresco en el periodo 2015 a 2019. Estados Unidos se ubicó con el principal mercado destino de las exportaciones peruanas, liderando la tabla con un total de ventas de US\$ 457 millones de dólares en el 2019. Para el mismo año, Países Bajos demandó arándano fresco por un valor de US\$ 179 millones y China con US\$ 70 millones de dólares. Con cifras inferiores, pero no menos importantes, las exportaciones a Reino Unido ascendieron a un valor de US\$ 61 millones, y las exportaciones al mercado canadiense alcanzaron un valor de US\$ 8 millones de dólares.

Figura 6

Principales Mercados Destino de Exportación de Arándanos Frescos 2019



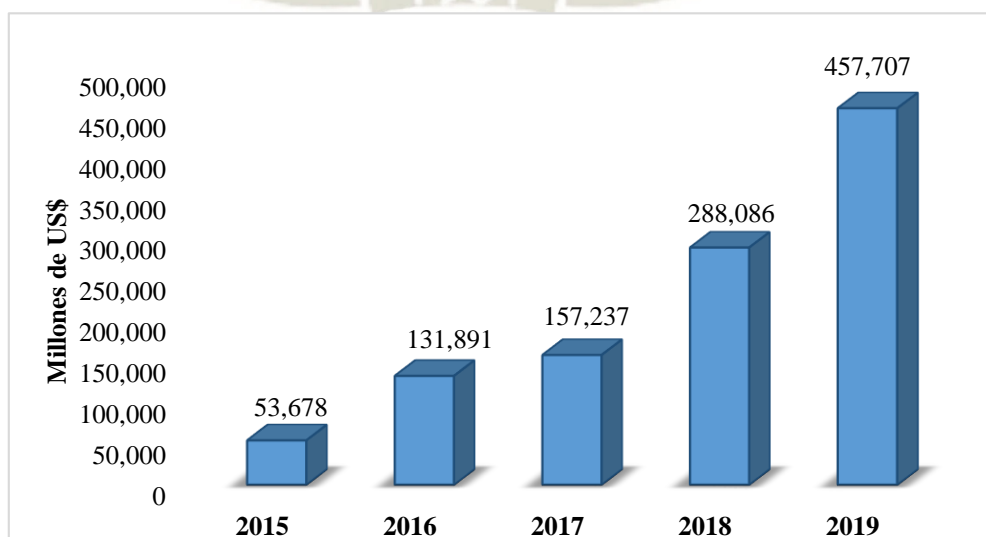
Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración Propia

En la figura N°6 se observa la participación que tuvieron las exportaciones de los principales mercados destino de arándano para el año 2019, las exportaciones de arándanos frescos hacia Estados Unidos representaron el 59%, seguido por Países Bajos con el 23%, China con el 9%, Reino Unido con el 8% y Canadá con el 1% de participación.

Figura 7

Exportaciones Nacionales a Estados Unidos – Valor FOB (Millones de US\$)



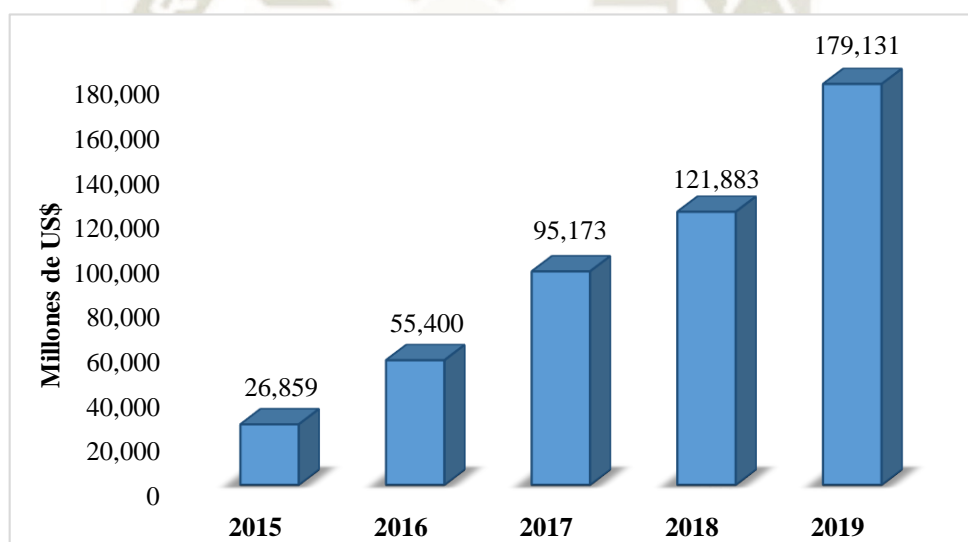
Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración propia

Con respecto a Estados Unidos, hay un considerable crecimiento en las exportaciones de Arándanos peruanos, en el periodo 2015 y 2019, se demostró un incremento promedio de casi el 77%. Como se muestra en la figura N° 7 las ventas a Estados Unidos en el 2015 fueron de US\$ 53,678 millones de dólares, una cifra demasiado baja en comparación a los años 2016 y 2017 los cuales tuvieron US\$ 131, 891 y US\$ 157,237 millones de dólares respectivamente. En el 2018 se tuvo una cifra muy alta de US\$ 288,086 millones de dólares y en el 2019 se llegó a US\$ 457,707 millones de dólares en exportaciones de arándano fresco hacia Estados Unidos.

Figura 8

Exportaciones Nacionales a los Países Bajos – Valor FOB (Millones de US\$)



Fuente: Minagri, (2019)

Elaboración Propia

Por otro lado, las ventas a los Países Bajos también aumentaron, pero en menores cantidades. En el periodo 2015 y 2019, hubo un incremento promedio de casi el 63%. Durante los años 2015 a 2019 las exportaciones de Arándanos peruanos a este país se incrementaron en 566.93%. En la figura N° 8 se observa que en el 2015 las exportaciones fueron de US\$ 26,859 millones y suben a US\$ 55,400 millones en el 2016 y US\$ 95,173 millones de dólares en el 2017. En el 2018, las ventas de Arándano peruano se

incrementaron considerablemente a US\$ 121,883 millones de dólares y para el 2019 se llegó a la cifra de US\$ 179,131 millones de dólares en exportaciones de arándano fresco hacia Países Bajos.

3.2.6. Principales Empresas Exportadoras de arándanos

El Perú cuenta con diversas empresas exportadoras de arándano fresco hacia diferentes mercados del mundo, entre las principales se encuentran:

Tabla 8

Principales Empresas Exportadoras de Arándanos en el Perú – Valor FOB (Millones de US\$)

Empresas	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Camposol S.A.	39,433	92,144	114,558	173,299	177,661	597,095
Hortifrut-Tal S.A.C.	9,353	38,313	46,560	58,852	68,346	221,424
Tal S.A	38,439	61,834	82,193	18,768	0	201,234
Hortifrut Perú S.A.C.	0	0	0	69,381	101,312	170,693
Hass Perú S.A.	2,127	9,360	21,016	24,468	36,857	93,828
Hfe Berries Perú S.A.C.	0	0	6,418	31,121	43,343	80,882
Agrícola Santa Azul S.A.C	0	11,822	24,520	35,181	0	71,523
Agrovisión Perú S.A.C.	0	0	0	18,127	53,062	71,189
Agrícola Cerro Prieto S.A.	0	0	0	20,298	48,180	68,478
Agroberries Perú S.A.C.	0	0	5,084	19,921	0	25,005

Fuente: SUNAT, (2019)

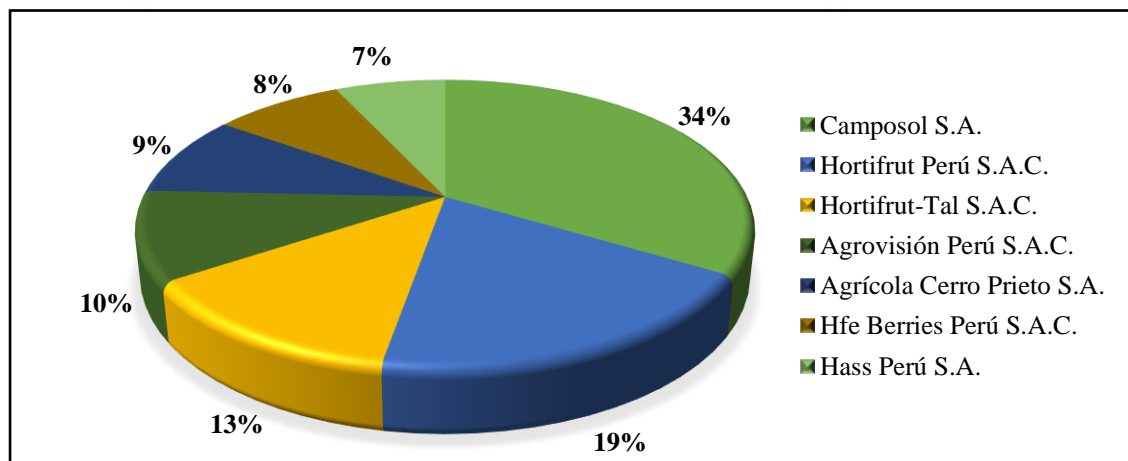
Elaboración Propia

En la tabla N° 8 se muestra el crecimiento en millones de US\$ de las principales empresas exportadoras de Arándano en el Perú en los últimos 5 años (2015-2019). Las empresas más resaltantes en este periodo fueron Camposol S.A. (US\$ 597 millones de

dólares), Hortifrut Tal S.A.C. (US\$ 221 millones de dólares) y Tal S.A. (US\$ 201 millones de dólares).

Figura 9

Participación de las Principales Empresas Nacionales Exportadoras de Arándano Fresco en el 2019



Fuente: SUNAT, (2019)

Elaboración Propia

En la figura 9 se muestra la participación de las principales empresas exportadoras de Arándano en el Perú en el año 2019. Camposol S.A. lidera el grupo con el 34% (US\$ 177 millones de dólares), seguido por la empresa Hortifrut-Perú S.A.C. con 19% (US\$ 101 millones de dólares) y Hortifrut-Tal S.A.C. con 13% (US\$ 68 millones de dólares). Empresas como Agrovisión Perú S.A.C., Agrícola Cerro Prieto S.A, HFE Berries Perú S.A.C. y Hass Perú S.A. tuvieron una participación conjunta del 34% de exportaciones de arándano fresco en el 2019.

3.3. Empresa Mitzi Aranda

3.3.1. Reseña Histórica

La empresa Mitzi Aranda se dedica a comercializar Arándanos frescos en la ciudad de Arequipa, su Gerente General y fundadora es la Srta. Mitzi Esther Castro, inició sus

operaciones hace aproximadamente 2 años y surgió como idea de un negocio familiar, cultivo y comercialización de Arándano, gracias a la gran acogida del producto, esto debido a la mayor difusión de sus propiedades y beneficios, se inició alianzas estratégicas con proveedores del norte del País, personas Naturales y comercializadores al por mayor. Actualmente se cuenta con una variedad de productos derivados del Arándano y una marca posicionada.

3.3.2. Misión y Visión de la Empresa

3.3.2.1. Misión

Contribuir con a la mejora de la calidad de vida y salud de la población Arequipeña, a través de la comercialización de Arándanos de calidad y mayor difusión de sus propiedades.

3.3.2.2. Visión

Ser la principal comercializadora de Arándanos en la ciudad de Arequipa e ingresar a nuevos mercados Nacionales e internacionales, manteniendo la calidad que diferencia a su producto.

3.3.3. Valores de la Empresa

Los valores bajo los cuales se rige la empresa Mitzi Aranda son los siguientes:

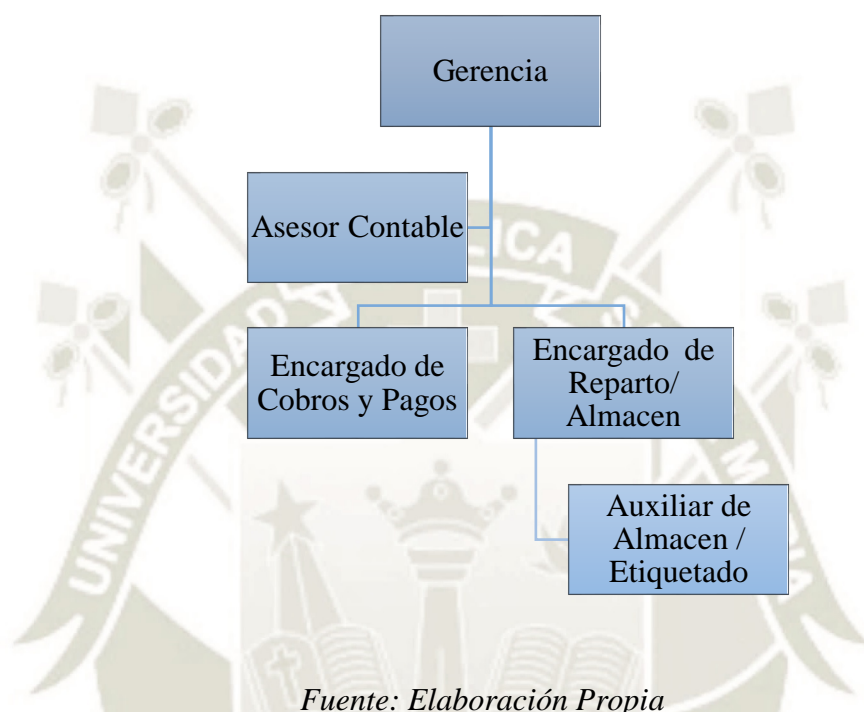
- Honestidad
- Natural
- Empeño
- Dedicación

3.3.4. Organigrama de la Empresa

3.3.4.1. Organigrama Actual

Figura 10

Organigrama Actual de la Empresa Mitzi Aranda



Fuente: Elaboración Propia

3.3.5. Proceso de Acopio del Arándano Fresco

El proceso de acopio de la empresa Mitzi Aranda empieza con el pedido de los arándanos desde el Norte del Perú. Se sabe que la mayor producción de arándanos está en todo el norte del país, ciudades como Trujillo, Chiclayo, Chimbote, Huaraz y entre otros, y entre sus proveedores se encuentran personas mayoristas, algunas empresas constituidas como proveedores netamente de berries o de diversos frutos y otros son personas naturales. La empresa también ha comprado arándanos frescos en Arequipa, específicamente en Majes, de la empresa Damper, la cual es una empresa norteña.

Para consumo local, la cantidad mínima que pide es de 500 kg y en caso de una mayor demanda, llega a pedir hasta 1200 kg por mes. El precio que Mitzi Aranda paga por la compra del arándano depende del tipo y la variedad de este, cabe mencionar que,

así como hay fruta de primera, también hay fruta de descarte. La variedad de arándano que compra Mitzi Aranda, es la llamada “Biloxi”, llegando a pagar un aproximado de 8 a 10 soles por kilo. Durante un tiempo, Mitzi Aranda trabajaba haciendo pedidos cada semana, pero en algunas ocasiones la fruta se aplastaba o simplemente no duraba lo suficiente, por ello, ahora la empresa pide la fruta cada dos días. Por ejemplo, si antes pedía 120 kilos a la semana, ahora pide 60 kilos y después 40 kilos, todo esto para lograr tener un producto lo más fresco posible.

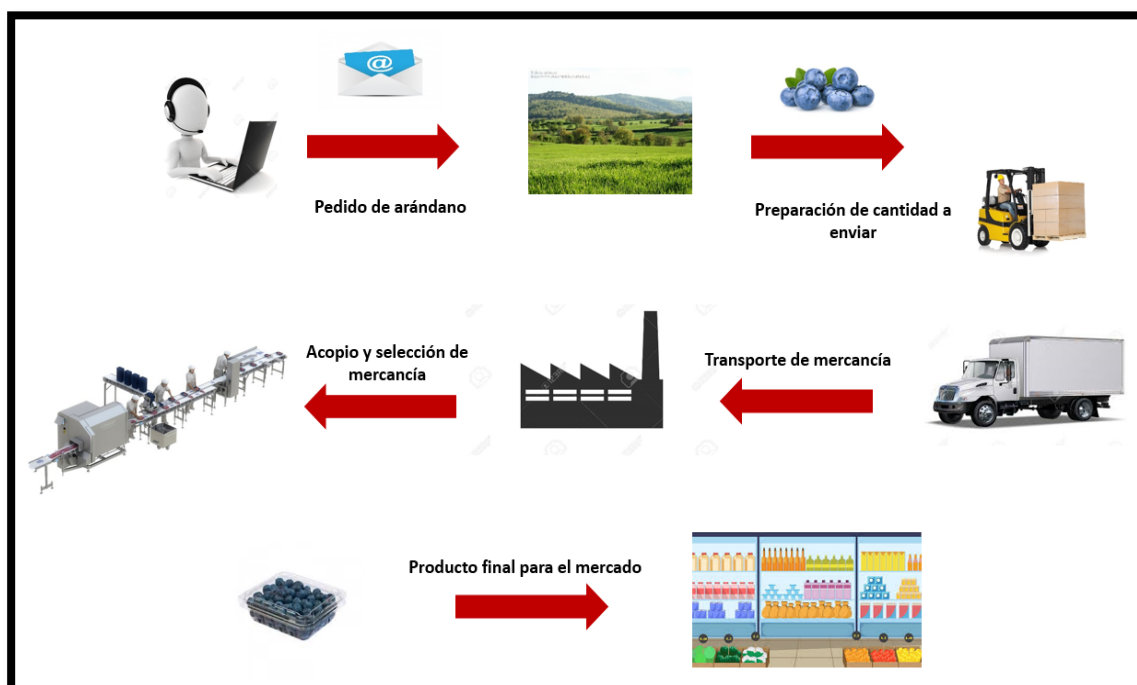
En cuanto al envío de los arándanos, Mitzi Aranda prefiere que el fruto se transporte por vía terrestre, ya que por vía aérea el costo del flete es muy alto. Al utilizar el transporte terrestre, el tiempo de llegada de los arándanos desde el norte del país es de dos días, haciendo una parada en Lima y luego llegando a Arequipa. La mayoría de los proveedores del norte ya le envían la fruta con el flete cancelado, lo que ya no demanda un gasto para Mitzi Aranda de pagar un flete adicional, porque sus proveedores ya le dan el precio final con el flete incluido. Las tarifas que paga Mitzi Aranda con flete incluido, son de 8 a 10 soles y la empresa solo se encarga de recogerlo. Por otro lado, cuando se trabaja con otros proveedores y dependiendo de las agencias (Mitzi Aranda trabaja con Transportes Shalom), ellos le cobran un aproximado de 1.10 soles por kilo.

El arándano es una fruta muy perecible y a temperatura ambiente hace que salgan algún tipo de hongo o moho. Ni bien llega toda la mercadería en las cajas, lo primero que hace Mitzi Aranda es seleccionar el fruto y empaquetarlo, utilizando unos envases especiales para berries llamados “clamshells”, los cuales tienen bastante oxigenación y permite que la fruta todo el tiempo este respirando. Posteriormente, se guardan los arándanos en esos envases y luego se los refrigera en una conservadora anti hongo, evitando dejarlo en las cajas, ya que los berries se seguirán aplastando al pasar los días.

Terminado este proceso, finalmente el arándano está listo para ser comercializado en los diferentes puntos de venta.

Figura 11

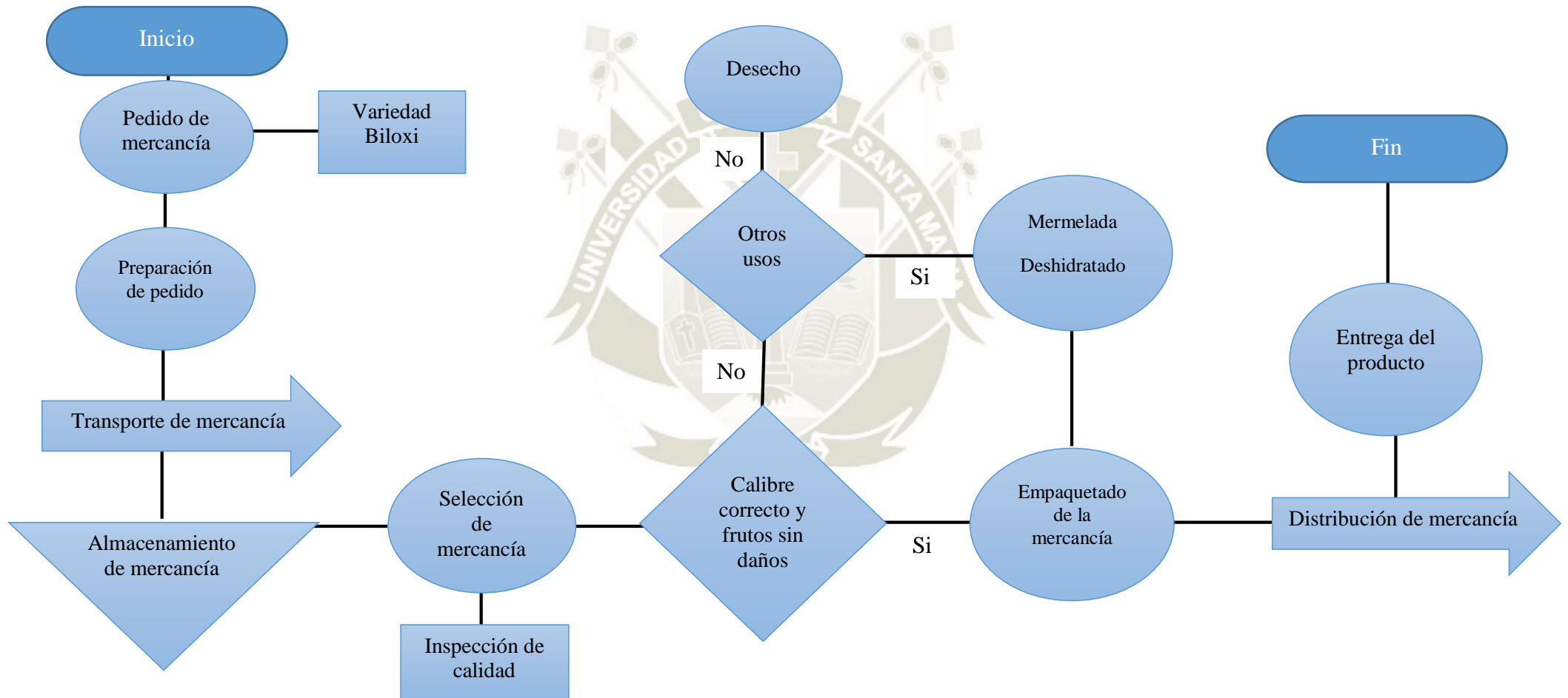
Proceso de Acopio de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda



Fuente: Elaboración Propia

Figura 12

Diagrama del Proceso de Acopio de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda



Fuente: Elaboración Propia

4. ANTECEDENTES

1. “Alternativas de mercado para la exportación del mango fresco (*Mangifera indica*.L)”

Autor: Estrella y Hidalgo (2015) el objetivo de su investigación fue definir qué posibilidades tenían para exportar mango fresco a mercados nuevos. Teniendo como propósito realizar un análisis de la demanda de consumo en los diferentes países considerados potenciales, y teniendo en cuenta aspectos de riesgo.

Para lograr determinar si es rentable introducir el producto en los mercados de destino, se realizó una simulación la rentabilidad estocástica conocida como método de Monte Carlo con el cual se realizó el análisis respectivo de los riesgos e incidencia de las variables dependientes, así como su efecto en la variabilidad o riesgo de las variables dependientes.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la simulación de Monte Carlo, se concluyó que aquellos mercados considerados potenciales fueron China, Francia y Suiza, en tanto que Colombia y Vietnam tienen más probabilidades de poseer escenarios negativos.

2. “Análisis comparativo de la exportación de brócoli congelado para los mercados de estados unidos y la unión europea en el periodo 2008-2011”

Autor: Duran, (2013) el objetivo de su trabajo de investigación fue comparar dos mercados de destino en la exportación de brócoli congelado desde la ciudad de Quito, Ecuador. Se realizó un análisis de las ventajas y desventajas en la producción y exportación de brócoli congelado hacia los dos mercados mencionados.

Los factores que intervienen y el proceso logístico a desplegar conforma una de las fases más importantes de la exportación ya que se pueden incrementar costos de producto de no escoger las opciones adecuadas al momento realizar el traslado y transporte. Una adecuada planificación, cuidado y control aseguran evitar costos adicionales y pérdidas en las ventas.

La investigación determinó que el primer destino preferido por el brócoli ecuatoriano es Estados Unidos .Las exportaciones para Estados Unidos y para Europa siguen básicamente los mismos procesos de empaque, embalaje y de transporte, la diferencia está en los costos de transporte que son diferentes, abriendo una fase en el proceso logístico que consideran factores que diferencian los precios del producto entre ambos destinos.

3. “Análisis comparativo de las exportaciones de quinua de Perú y Bolivia”

Autor: Falcón y Riveros, (2011) su investigación tuvo como objetivo principal definir los factores de éxito de las exportaciones de quinua teniendo en cuenta y tomando como referencia al mercado boliviano.

Las principales conclusiones obtenidas como resultado de la investigación indican que existe una ausencia de asociatividad y promoción en cuanto a las exportaciones de parte del estado peruano, lo que no ha permitido que el Perú se consolide en el mercado internacional en la misma magnitud que Bolivia. Asimismo, se reconoció y evidenció que Bolivia cuenta con una consolidada asociación nacional de productores de quinua, más conocido como ANAPQUI, esto debido a la adecuada difusión y promoción de las exportaciones de este producto. Además, después de analizar la data estadística de las exportaciones de los principales productores de quinua, como son Bolivia y Perú, se pudo afirmar que es importante que exista una asociación nacional de productores en el Perú, con la finalidad de tomar decisiones con gestión óptima, solidez y organización para desarrollar los objetivos planteados.

4. “Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*vaccinium* spp.) desde lima a estados unidos a partir del 2017”

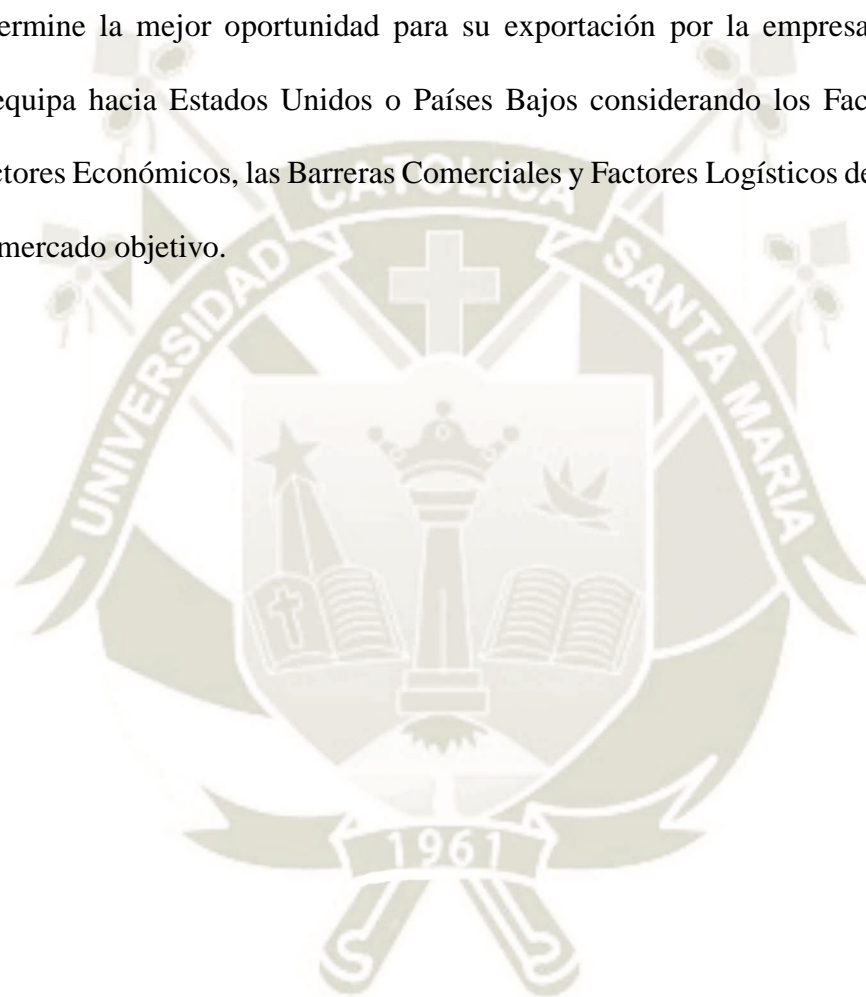
Autor: Gamarra, (2016) la investigación tiene como objetivo principal analizar y plantear estrategias de mercado para el desarrollo de la producción y comercialización del arándano peruano (*Vaccinium Spp.*) que permitan el incremento de sus ventas, su posicionamiento en el mercado americano y que asegure su rentabilidad en el desarrollo de la actividad a partir del 2017, consistente de un análisis global del arándano en el Perú y el mundo y que ha permitido identificar oportunidades de desarrollo para este cultivo y mejorar la posición del Perú frente a la competencia.

Los resultados de la investigación concluyeron que hubo un incremento en las ventas de las exportaciones de arándano peruano en promedio de diez años en 70%, aplicando las estrategias de marketing puede incrementarse hasta un 26% más; adicionalmente, se identificó que Perú actualmente tiene el 5.2% de la cuota del mercado de arándanos en Estados Unidos siendo su potencial deseado de 26,88%.

5. HIPÓTESIS

Dado que en la actualidad se cuenta con diversas alternativas de mercados extranjeros, con especial demanda de productos agrícolas de la región como, por ejemplo, el arándano.

Es probable que: mediante un análisis comparativo de mercados internacionales se determine la mejor oportunidad para su exportación por la empresa Mitzi Aranda - Arequipa hacia Estados Unidos o Países Bajos considerando los Factores Culturales, Factores Económicos, las Barreras Comerciales y Factores Logísticos de ambas opciones de mercado objetivo.



CAPITULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y MATERIALES DE VERIFICACIÓN

1.1. Técnicas e Instrumentos

1. **Variable Independiente:** Análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos

Para realizar el análisis comparativo entre los mercados de Estados Unidos y Países Bajos se empleará la técnica del análisis documental, mediante la revisión de base de datos, a través de publicaciones anuales o mensuales de SIICEX, TRADEMAP, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), Asociación de Exportadores (ADEX), entre otras entidades internacionales de comercio.

2. **Variable Dependiente:** Exportación de arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos

Para esta variable, se utilizará la técnica de la entrevista, realizándola con preguntas estructuradas (fuente primaria), la misma que estará dirigida a la gerencia de la empresa Mitzi Aranda que no se encuentran actualmente exportando arándanos hacia los mercados de los Estados Unidos o Países Bajos.

3. **Matriz de Perfil Competitivo:** Empleo de la matriz de perfil competitivo, herramienta que compara los factores que conforman la variable de análisis comparativo en el caso de ambos mercados, tanto EE.UU. como Países Bajos, asignando la ponderación más conveniente de acuerdo al análisis de los dos países.

1.2. Estructura de los Instrumentos

Tabla 9

Estructura de los instrumentos

Técnica	Instrumentos
Investigación de campo (Entrevistas)	a) Ficha de entrevista b) Grabador de audio c) Cuaderno de apuntes - Bolígrafos
Análisis Documental (Bases de datos, informes, reportes, publicaciones)	d) Reportes SIICEX e) Páginas web del ministerio de comercio exterior y agricultura f) Páginas oficiales de Perú y EE UU, UE g) TRADEMAP h) Impresora i) Fichas bibliográficas j) Textos, Tesis k) Ficha de observación

Fuente: Elaboración propia

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1. Ámbito

La presente investigación se llevará a cabo en la provincia y departamento de Arequipa. Considerando el proceso de Acopio realizado por la empresa Mitzi Aranda de arándano del norte del País y los mercados extranjeros de destino.

2.2. Temporalidad

El análisis se desarrollará a partir del primer bimestre del año 2020. La duración será de aproximadamente de 12 meses, comenzando en Enero y terminando en Diciembre del 2020.

2.3. Unidades de estudio

Se considerará como unidad de estudio la Exportación de Arándano (*Vaccinium Ericaceae*), hacia Estados Unidos o Países Bajos.

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La estrategia para la recolección de información se desarrollará en 4 fases de acuerdo a los objetivos formulado en el presente plan de tesis.

- **Fase observacional**

Se realizará una observación del proceso de acopio y comercialización de arándano en el mercado Local, los aspectos involucrados, la oferta, se identificará los mercados de demanda internacional; se emplearán técnicas de investigación. Estas técnicas permitirán considerar la información relevante, los hechos y acontecimientos que resultan relevantes para la problemática de investigación.

- **Fase de investigación documental**

Se hará un análisis exhaustivo de la información, publicaciones, investigaciones, se seleccionará una metodología para la ejecución de los objetivos del proyecto, se identificarán bibliografía referente a la exportación de productos agrícolas desde el Perú hacia el mercado europeo y el mercado estadounidense, haciendo énfasis en los procedimientos de importación comunes e individuales para estos dos destinos, este será el insumo indispensable para el contenido teórico y la formulación del análisis comparativo.

- **Fase de coordinaciones**

Más adelante se realizarán las coordinaciones necesarias con la Empresa Mitzi Aranda, dedicada a la comercialización de arándano; también se podrá entablar contacto con instituciones promotoras relacionadas al agro y comercio exterior como MINCETUR, MINAGRI, SIICEX, ADEX y cámara de comercio de Arequipa, , Aduanas para obtener información de primera mano.

Se solicitará permiso o apoyo para desarrollar la investigación.

- **Fase aplicación de entrevistas**

Con la obtención de los permisos y el apoyo institucional necesario, se podrá realizar el recojo de información primaria, realizando la entrevista con la gerencia de la empresa Mitzi Aranda, esta se aplica a la gerencia, ya que es la encargada de la supervisión de los procesos de compra y contacto directo con proveedores de Arándano fresco.

Una vez obtenida la información se procederá a su análisis e interpretación respectiva.

3.1. Criterios para el manejo de resultados

Se realizará un análisis en base a los factores claves seleccionados, empleando una Matriz de Perfil Competitivo para realizar el análisis comparativo entre países.

3.2. Recursos necesarios

3.2.1. Recursos Humanos

- Investigadora
- Asesores
- Gerencia Empresa Mitzi Aranda.

3.2.2. Recursos Materiales

- Papelería
- Bolígrafos
- Guía de observación
- Libretas apuntes
- Formularios y Fichas
- Escritorio

Equipos

- Laptop

- Computadora
- Impresora
- Grabador de audio
- Cámara digital

3.2.3. Recursos Financieros

Esta investigación es autofinanciada por la tesista.

Tabla 10

Recursos necesarios a utilizar

Material	Cantidad	Monto S/.
Material de escritorio		
- Papel bond A-4	3 millar	100.00
- Bolígrafos	4	10.00
- Libretas apuntes, fichas.	1	20.00
Material para almacenar datos		
- Programas de Word, Excel	1	30.00
- Memorias USB	1	50.00
Servicios		-
- - Búsqueda en internet	-	100.00
- Entrevista	-	200.00
Impresos		
- Plan y avance	2	150.00
- Otros	-	200.00
Total		S/. 860.00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: RESULTADOS

1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

1.1. Mercado de Estados Unidos

1.1.1. Aspectos Generales

Datosmacro.com, (2019) Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. Washington DC es su capital, tiene una superficie de 9.831.510 Km², así pues, es uno de los países más grandes del mundo. La población actual se estima en 327.167.434 millones de habitantes, es uno de los países más poblados del mundo con 33 habitantes por Km².

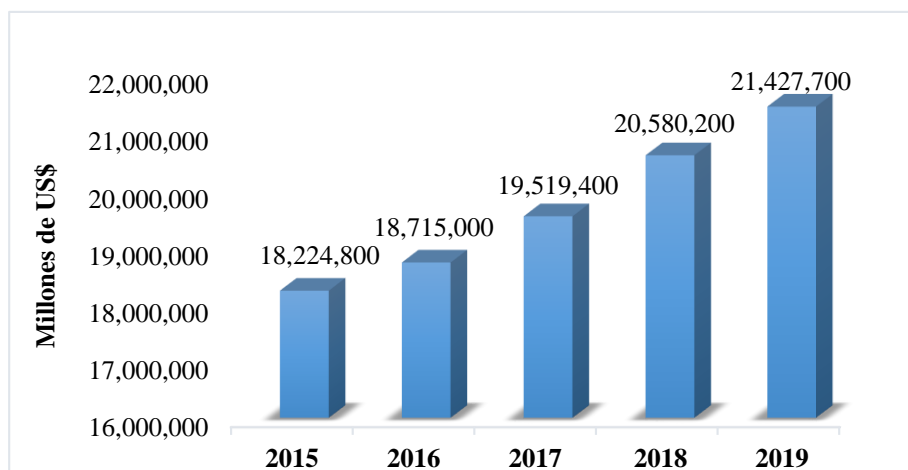
El idioma oficial es el inglés y su moneda oficial es el dólar estadounidense (USD).

1.1.2. Economía y PBI per Cápita de EE.UU.

Estados Unidos, de ser una economía emergente pasó a convertirse en una superpotencia dominante en todos los ámbitos, por ello es considerada la primera economía a nivel mundial. Como se puede ver en la figura 10, el PBI de Estados Unidos ha aumentado en los últimos 5 años, pasando de US\$ 18, 224,800 millones en el 2015 a US\$ 21, 427,700 millones en el 2019, demostrando así el constante crecimiento económico del país.

Figura 13

PBI Anual de Estados Unidos - (Millones de US\$)



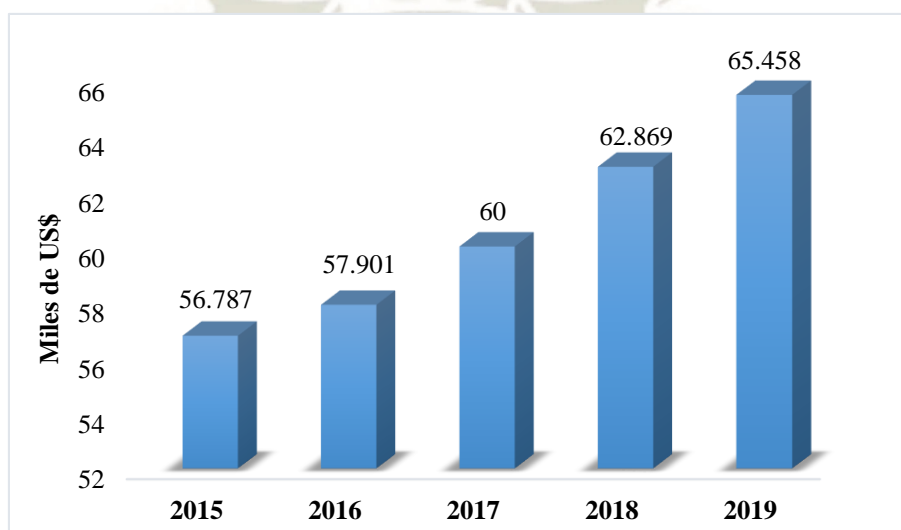
Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

Datosmacro.com, (2019) el PBI per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Estados Unidos, en el año 2019, fue de US\$ 65.458 dólares, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 10 del ranking, lo que supone que la población estadounidense tiene un buen nivel de vida.

Figura 14

PBI per cápita de Estados Unidos - (Miles de US\$)



Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

1.1.3. Balanza Comercial Perú – Estados Unidos

El intercambio comercial entre ambos países ha crecido 50% en la última década, de US\$ 11 402 millones en 2008 a más US\$ 17 mil millones en 2018, tras cumplirse 10 años de la entrada en vigencia del TLC. Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior, (2018).

Se aprecia que el saldo comercial de Estados Unidos para los productos abarcados por la posición arancelaria 081040 (Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género *Vaccinium*) se mostró negativo durante el periodo 2015-2019. Esto demuestra que la cantidad de arándanos frescos importada en miles de US\$ es mucho mayor a las exportaciones totales.

Tabla 11

Balanza Comercial de Estados Unidos – Valor FOB (Miles de US\$)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos					
Comercio Exterior	Valor FOB (Miles de US\$)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones Totales	181,614	191,161	189,844	211,530	252,072
Importaciones Totales	796,378	982,893	969,199	1,247,218	1,362,161
Balanza Comercial	-614,764	-791,732	-779,355	-1,035,688	-1,110,089

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

1.1.4. Producción y Estacionalidad de Arándano en EE.UU.

Us Cranberries, (2018) los arándanos de Estados Unidos tienen diferentes aplicaciones, como, por ejemplo, en la panificación, repostería, elaboración de bebidas, ensaladas, snacks y platillos fuertes, también por las propiedades nutritivas que aportan a sus consumidores. Actualmente, estos frutos son cultivados comercialmente en la zona norte de Estados Unidos y son ofrecidos tanto frescos como procesados.

La demanda de arándanos continúa creciendo, si bien este incremento ya no es tan espectacular como solía ser. La oferta está más equilibrada con la demanda, lo que significa que hay oferta suficiente en el mercado. No obstante, en julio cada vez son más las regiones que entran en producción al mismo tiempo.

El periodo de duración de la producción es desde el mes de abril a noviembre. La producción de septiembre, abril, octubre y noviembre es reducida. En lo que queda del año, las comercializaciones de los arándanos frescos provienen de importaciones. Forbes, Mangas y Pagano, (2009).

Estacionalidad de Arándano en Estados Unidos



Elaboración Propia

En la tabla N°12 se puede observar que en Estados Unidos se cultiva arándano de la semana 14 a la semana 47 del año, correspondientes a los meses de abril a noviembre. Por otro lado, en los meses de diciembre a marzo, la mayor parte de las importaciones estadounidenses de arándano fresco, provienen de Chile, México, Perú y Canadá.

1.1.5. Precios

El precio de los arándanos está determinado por el mercado de Estados Unidos, el cual es el más grande productor, importador y consumidor de este fruto. La estacionalidad del arándano en este mercado, genera una variación importante en los precios.

La estación de producción está definida por los meses de abril y a noviembre, en dichos periodos los precios del arándano fresco usualmente se encuentran en su pico.

Tabla 13

Principales mercados proveedores y sus precios para un producto importado por Estados Unidos (Miles de US\$ por Tonelada)

Producto: 081040 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Chile	5.937	5.791	5.41	5.764	5.712	\$5.723
Perú	10.919	9.874	9.083	8.267	7.551	\$9.139
México	12.234	9.542	9.273	9.136	7.258	\$9.489
Canadá	1.692	1.635	1.996	1.704	2.059	\$1.817
Argentina	9.355	9.924	8.31	7.299	6.026	\$8.183

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

En la tabla N°13 se muestran los precios por Tonelada de arándanos frescos hacia el Mercado de Estados Unidos. Como se observa, en el 2015, Perú ofrecía arándanos a un precio relativamente alto de US\$ 10.919 miles de dólares a comparación de otros países. En los años 2016 y 2017, el precio de arándanos varió entre US\$ 9.083 y US\$ 9.874 miles de dólares. Para el 2018 y 2019 los precios bajaron a US\$ 8.267 y US\$ 7.551 miles de dólares respectivamente.

En el caso de Perú, el arándano fresco se ofrece al mercado de Estados Unidos a un precio promedio de US\$ 9.139 miles de dólares por Tonelada.

1.1.6. Demanda de arándano en EE.UU.

El nivel de importación de arándanos de los Estados Unidos ha incrementado desde el año 2006. Cabe recalcar que el crecimiento fue menos significativo durante el periodo 2008-2009, ya que el país afrontó un fuerte nivel de recesión en todos los sectores de la economía norteamericana. A partir del año 2010, se da una recuperación económica de los Estados Unidos, la cual ha generado un mayor poder adquisitivo y mayor confianza en el consumidor estadounidense.

En la Tabla N° 13 se puede observar que Chile es el principal proveedor de arándanos frescos de Estados Unidos durante el periodo 2015-2019. Por otro lado, Perú ocupa el segundo lugar en el ranking de los principales proveedores de arándanos frescos de Estados Unidos durante el mismo periodo, lo cual representa un constante crecimiento en el sector de arándanos para nuestro país.

Tabla 14

Principales mercados proveedores de un producto importado por Estados Unidos (Miles de US\$)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Chile	322,895	405,034	324,532	394,646	345,590	1,792,697
Perú	57,107	144,411	171,903	307,273	518,618	1,199,312
México	139,190	150,587	224,106	296,040	299,347	1,109,270
Canadá	178,772	162,441	160,623	177,720	153,262	832,818
Argentina	88,840	109,544	82,477	65,509	41,016	387,386

Fuente: Trade Map, (2019)

Elaboración Propia

Las exportaciones de arándanos frescos de Perú en el periodo 2015-2019 han mostrado un incremento considerable. Por ejemplo, en el año 2015, Estados Unidos importó US\$ 57 107 miles de dólares, en el 2016 esta cantidad aumentó a US\$ 144 411,

en el 2017 llegó a un valor de US\$ 171 903 miles de dólares. Para el 2018 este valor se duplicó, llegando US\$ 307 273 miles de dólares y ya en el 2019 se llegó a un valor de US\$ 518 618 miles de dólares, superando el valor importado por Chile.

Tabla 15

Principales mercados proveedores de un producto importado por Estados Unidos (Toneladas)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Canadá	105,676	99,332	80,462	104,303	74,450	464,223
Chile	54,391	69,945	59,982	68,472	60,501	313,291
Perú	5,230	14,626	18,926	37,168	68,680	144,630
México	11,377	15,781	24,167	32,403	41,242	124,970
Argentina	9,497	11,038	9,925	8,975	6,807	46,242

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

Por otro lado, en la Tabla N°15 se puede observar la cantidad en Toneladas de arándanos frescos importados a Estados Unidos durante los años 2015 a 2019. Dentro de sus principales proveedores de arándanos frescos en primer lugar encuentra Canadá con un total de 464,223 toneladas, le sigue Chile con un total de 313,291 toneladas y en tercer lugar está Perú con una suma de 144,630 toneladas de arándanos frescos hacia Estados Unidos.

1.1.7. Consumidores

El mercado del consumo de arándano en Estados Unidos ha venido incrementándose durante los últimos años en relación a otros países, este se ha vuelto parte de la dieta diaria de las familias. El consumidor estadounidense muestra las siguientes características en sus hábitos de compra:

- Personas que muestran predisposición para probar nuevos productos.
- Tiene claro cuáles son sus derechos como consumidor.
- Se fijan en la calidad y el servicio, antes que en el precio.
- Prestan mucha atención al producto: empaquetado y rotulado.
- Buscan hacer de sus compras lo más prácticas posibles.

Según el instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior, (2017) el Consejo de Arándanos de los Estados Unidos, US Highbush Blueberry Council, elaboró un análisis que concluyó que los consumidores habituales de arándanos forman parte de la mitad de la población de los Estados Unidos. Las personas que consumen arándanos frecuentemente tienen entre 25 y 45 años, consumen más de 19 tazas al año. Los clientes moderados consumen entre 6 a 18 tazas por año. Asimismo, el consumo fresco y congelado de arándanos de este tipo de consumidores se incrementó en un 12% para el año 2017.

1.1.8. Aranceles y Acuerdos Comerciales

Blue berries Consulting, (2018) desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA) el Perú contaba con preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el 2001. A partir de año 2002, a través de la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA) los EE.UU. otorgan nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas cada cierto tiempo, y que estuvieron vigentes hasta finales del 2010.

MINCETUR, (2011) debido a las buenas relaciones entre Perú y Estados Unidos, en el 2004, se iniciaron estudios para poder empezar a negociar un tratado de libre comercio, el cual iba a facilitar la apertura comercial permanente. En este contexto, Perú

y Estados Unidos firmaron el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) el 12 de abril de 2006 en Washington y entró en vigencia el 1 de febrero de 2009.

MINCETUR, (2011) El TLC permite el ingreso prioritario del Perú a la economía con influencia del mundo, lo que le permite ganar competitividad en relación a los otros países. Actualmente se tiene que el 98% de los productos con arancel del 0% y para el año 2025 todos los productos entrarán sin pagar arancel alguno.

Tabla 16

Convenios Internacionales

CONVENIOS INTERNACIONALES			
SECCIÓN:	II : PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL		
CAPITULO:	8 : Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías		
8.1	Las demás frutas u otros frutos, frescos.		
0810.40.00.00	- Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género Vaccinium		
PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	FECHA DE VIGENCIA	PORCENTAJE LIBERADO ADV
Estados Unidos	Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos	01/02/2009	100%

Fuente: SUNAT, (2019)

Elaboración Propia

Dentro de la lista de partidas que se negociaron en este acuerdo, está la partida 0810400000, la cual pertenece a “Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género Vaccinium”. Esta partida está libre de aranceles, lo que beneficia el comercio del arándano entre Perú y Estados Unidos.

1.1.9. Normalización

1.1.9.1. Certificaciones y Requisitos

La normativa relacionada con la importación de productos agrícolas frescos y procesados no se encuentra centralizada, existen diferentes agencias y departamentos del

gobierno de Estados Unidos que son los responsables de definir y hacer cumplir los diferentes requisitos según el producto. PROMPERÚ, (2015)

PROMPERÚ, (2015) en las operaciones del comercio exterior se debe ser cuidadoso con realizar el llenado de los documentos que pudieran generar para exportar mercancías, a continuación, indicamos cuales son los documentos necesarios para realizar la exportación. Lo cual permite cumplir con las regularizaciones de los países importadores y exportadores.

- ***Contrato de Compra – Venta Internacional***

Acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, por el cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio. Diario del Exportador, (2017)

- ***Factura Comercial (Invoice)***

Documento importante entre el comprador y el vendedor, en el cual se detallan las condiciones de venta, producto, precio, lugar, la forma de pago, la moneda y puntos de salida y entrega del producto. No se considera el IGV y va dirigida a la autoridad aduanera. Promperu, (2016)

- ***Lista de Empaque (Packinglist)***

Documento donde se detallan las características de la carga como la cantidad de bultos, peso, contenido, entre otros. (Promperu, 2016)

- ***Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)***

Documento propio del transporte marítimo. Tramitado por el agente de carga., este documento certifica que el transitario haya tomado a su cargo la mercancía para

entregarla en el punto de destino, a quien figure como consignatario de ésta o a quien la haya adquirido por endoso total o parcial. Promperu, (2016)

- ***Carta de Crédito***

Documento solicitado por el importador a su banco y marca el inicio del proceso de “Crédito Documentario”, se recomienda que el exportador revise la solicitud y sugiera los aspectos que no sean determinantes en la operación y que generen problemas en la expedición. (Promperu, 2016)

- ***Certificado Fitosanitario***

Agraria.pe, (2014) Certificado emitido por la Institución de Servicio Nacional de Saneamiento (SENASA). Este documento certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados acorde con procedimientos apropiados y son considerados libre de plagas cuarentenarias y prácticamente libres de otras plagas perjudiciales.

- ***Certificado de Origen***

PROMPERÚ, (2015) Documento expedido por la Cámara de Comercio para garantizar la procedencia del producto. Permite al exportador el uso a su favor de los beneficios de los tratados de libre comercio. Entre Perú y Estados Unidos existe el beneficio del arancel del 0%, lo que ayuda al importador a estar seguro del origen y procedencia del producto.

- ***Certificado HACCP***

MINSA, (2005) Este certificado tiene como objetivo establecer en la industria alimentaria la aplicación de un sistema preventivo de control que asegure la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano. La certificación es obligatoria en varios países, incluyendo los Estados Unidos.

1.1.9.2. Etiquetado

MINCETUR, (2010) el gobierno estadounidense exige colocar etiquetas a los alimentos envasados, con la finalidad de que estos brinden información lo más completa posible, útil, precisa y que sea claramente visible, legible y comprensible para el consumidor. La FDA es la entidad encargada de regular el etiquetado de los alimentos envasados.

La etiqueta debe de contener las especificaciones del producto de manera legible y clara, considerando la siguiente información PROMPERÚ, (2015)

1. El nombre de venta del producto.
2. Naturaleza.
3. Contenido (Ingredientes)
4. País de origen del producto.
5. Especificaciones comerciales.

1.1.10. Logística Internacional

La modalidad más utilizada para la exportación de bienes desde Perú a Estados Unidos es por transporte marítimo (74%) de acuerdo con los registros de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. MINCETUR, (2016)

En cuanto al Incoterm a utilizar, este depende mucho de la elección del cliente (comprador). Para este proyecto de investigación se tomará en cuenta el Incoterm FOB, ya que es el que se usa con mayor frecuencia. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)

- **Transporte Marítimo**

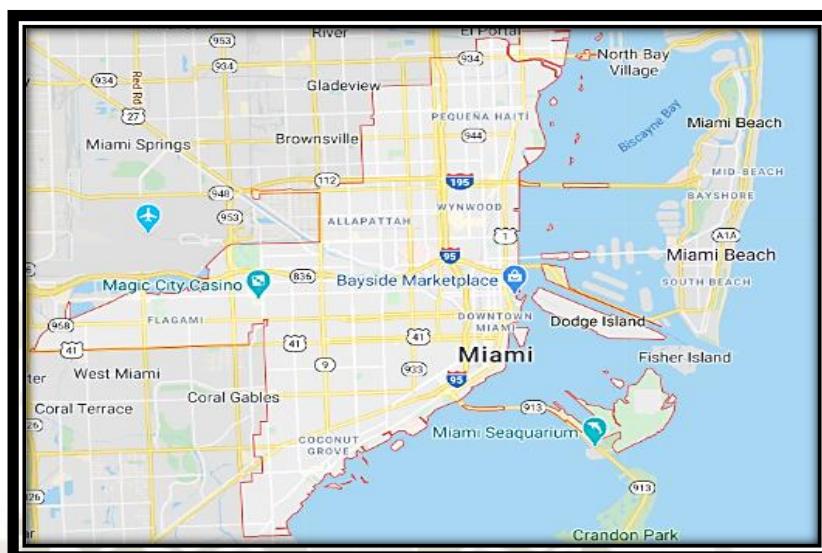
Eaerle, (2017) Estados Unidos ostenta una gran infraestructura portuaria; actualmente posee más de 400 puertos los cuales están ubicados estratégicamente en los océanos Pacífico y Atlántico. Algunos de sus puertos están catalogados como los más grandes y de mayor movimiento del mundo. Uno de los principales puertos de arribo en Estados Unidos de arándano fresco proveniente de Perú en los últimos años es el puerto de Miami, debido a que es considerando uno de los puertos con mayor afluencia dentro de Estados Unidos y el más cercano al Perú. El puerto de Miami recibe diversos productos agrícolas frescos que parten desde El Callao en un viaje de 18 a 21 días aproximadamente con transbordo en Panamá, convirtiéndose en una alternativa competitiva a la ruta aérea y un gran avance en el intercambio comercial entre ambos países.

MINCETUR, (2016) Asimismo, los principales puertos de salida de productos peruanos a Estados Unidos son el Callao y Paita, con mayor predominio del primero. A continuación, se mencionan las rutas que han logrado consolidarse y que comúnmente son utilizadas por los exportadores peruanos:

- A.** Troncal Costa Oeste: las rutas desde el puerto de Callao (Lima) y Paita hacia Los Ángeles, así como la ruta Callao-Oakland.
- B.** Troncal Costa Este-Sur: las rutas desde el puerto de Callao (Lima) hacia Savannah y Miami.
- C.** Troncal Costa Este-Norte: las rutas desde el puerto de Callao (Lima) y Paita a Nueva York, así como Salaverry-Baltimore.

Figura 15

Ubicación del Puerto de Miami-Estados Unidos 1



Fuente: Sea Rates (2019)

Figura 16

Ubicación del Puerto de Miami-Estados Unidos 2



Fuente: Sea Rates (2019)

Puerto de Miami: Logistec, (2016) Situado estratégicamente en la confluencia de las Américas, al sureste de Estados Unidos, el puerto de Miami es uno de los puertos más activos y se ha convertido en un icono logístico a nivel mundial. La envergadura de su operación, las grandes inversiones en infraestructura y el número de carga movilizada

son sólo algunos de los aspectos que hacen de este lugar un actor de vanguardia en la industria logística mundial.

Tabla 17

Tiempo aproximado de navegación de Arándano fresco desde Perú a Estados Unidos

Puerto de Origen	Puerto de Llegada	Días de Transito	Frecuencia de Salida	Líneas Navieras	Agencia Marítima
Callao (Lima)	Miami	18 días	Semanal	EVERGREE N	GREENAND ES
		21 días	Semanal	MSC	MSC PERU

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración Propia

Para este proyecto de investigación se está considerando al puerto de Miami como una opción de puerto destino para la exportación de arándano fresco. Como se observa en la Tabla 17, se está tomando en cuenta el puerto de Callao como puerto de origen, siendo el tiempo de tránsito de 18 días a 21 días en la línea naviera Evergreen y MSC respectivamente hacia el puerto de Miami. Sobre la frecuencia de salida de los barcos, esta es semanalmente.

Figura 17

Ruta Principal de navegación entre Perú y Estados Unidos para la exportación de Arándano Fresco



Fuente: Sea Rates (2019)

En la imagen 17 se puede observar la ruta marítima de exportación de Arándano Fresco desde el Puerto del Callao al Puerto de Miami.

Tabla 18

Tarifas Promedio para la exportación de Arándano Fresco hacia Estados Unidos

Costos (US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor)		
Contenedores		Mercadería Consolidada Tm/m3
20 pies	40 pies	
1,463	2,008	67

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración Propia

En la Tabla 18 se indican los costos de exportación de arándano fresco desde el puerto de Callo hasta el puerto de Miami, las tarifas promedio varían de acuerdo al tipo de contenedor. Por un contenedor de 20 pies la tarifa es de US\$ 1,463 dólares, y por uno de 40 pies la tarifa es de US\$ 2,008 dólares.

1.2. Mercado de Países Bajos

1.2.1. Aspectos Generales

Datosmacro.com, (2019) los Países Bajos están situado en el noreste de Europa y limita con Bélgica por el sur y al oeste con Alemania. El territorio está dividido en 12 provincias, 3 regiones autónomas y 3 municipalidades. Ámsterdam es la capital y es la ciudad más poblada. Cuenta con una superficie terrestre de 41.540 Km² con lo que se encuentra entre los países más pequeños. Actualmente cuenta con 17.282.163 millones de habitantes, el país constituye una de las naciones más pobladas del mundo, con 416 habitantes por Km². Es miembro de la Unión Europea (UE).

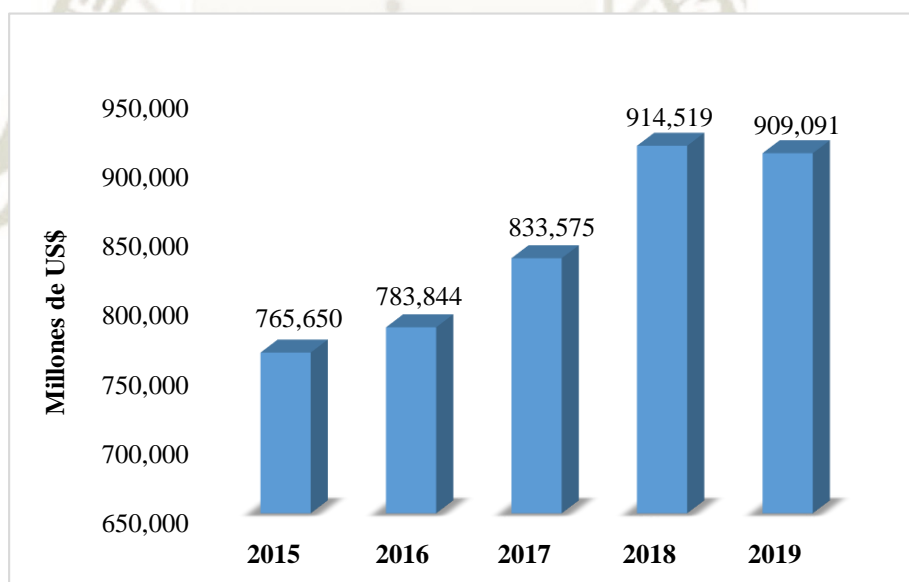
El idioma oficial es el holandés y su moneda oficial es el euro (EUR).

1.2.2. Economía y PBI per Cápita de los Países Bajos

PROMPERÚ, (2015) Países Bajos posee una economía flexible y abierta, y el comercio con otros países ha tomado gran importancia. Según un estudio realizado por la Agencia Holandesa para el Análisis de la Política Económica, el país obtiene más del 30% de sus ingresos de la exportación de bienes y servicios. Como se puede ver en la figura ¿?, el PBI de Países Bajos incrementó en los últimos 5 años, de presentar US\$ 765,650 millones en el 2015 a US\$ 914,519 millones en el 2018, lo que demuestra un aumento en la economía. Sin embargo para el 2019 esta cifra decayó a US\$ 909,091 millones.

Figura 18

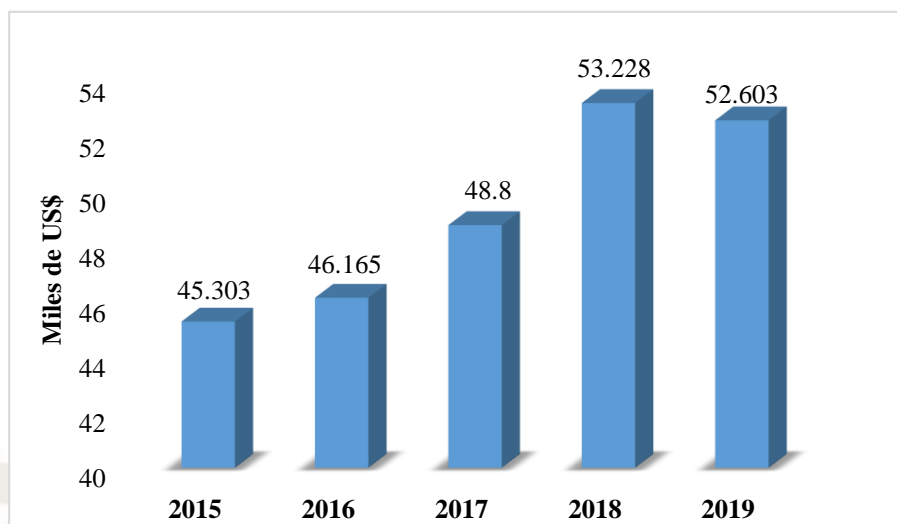
PBI Anual de Países Bajos - (Millones de US\$)



Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

Datosmacro.com, (2019) el PBI per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de los Países Bajos, en 2019, fue de US\$ 52,603 dólares, por lo que ha disminuido en comparación al año anterior. A pesar de ello, se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 15 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida.

Figura 19
PBI per cápita de Países Bajos - (Miles de US\$)


Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

1.2.3. Balanza Comercial Perú – Países Bajos

PROMPERÚ, (2015) el Perú exportó a Países Bajos principalmente en el sector agropecuario el 74%, resaltando la exportación de palta fresca, uva y arándano, en el sector minero el 11%, en petróleo y gas natural el 8%, en el sector pesquero el 2% y en otros en 5%; por otro lado Países Bajos exportó a Perú principalmente en el sector agropecuario (34%), en el sector químico (25%), en metal mecánico (18%) y en otros (23%).

En la Tabla N° 19 el saldo comercial de Países Bajos para los productos abarcados por la posición arancelaria 081040 (Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género *Vaccinium*) se mostró negativo para el año 2015. En los siguientes años, 2016, 2017 y 2018 se tuvo una balanza comercial positiva; sin embargo, se puede apreciar que en el año 2019 el saldo fue negativo. Se importó en miles de US\$ mayor cantidad de arándanos frescos respecto a las exportaciones del mismo año.

Tabla 19
Balanza Comercial de Países Bajos – Valor FOB (Miles de US\$)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos					
Comercio Exterior	Valor FOB (Miles de US\$)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones Totales	155,856	245,194	299,033	381,876	496,997
Importaciones Totales	168,831	244,957	281,804	343,152	523,261
Balanza Comercial	-12,975	237	17,229	38,724	-26,264

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

1.2.4. Producción y Estacionalidad de arándano en los Países Bajos

Los arándanos son la tercera fruta más producida en los Países Bajos. En 2016, los Países Bajos figuraron entre los cinco primeros países europeos con la mayor superficie producida de arándanos, con 780 hectáreas,

En cuanto a la estación de producción del arándano en Países Bajos, esta abarca aproximadamente 5 meses, de julio a noviembre, El resto del año la fruta fresca comercializada proviene de importaciones. TRIDGE, (2020)

Tabla 20
Estacionalidad de Arándano en Países Bajos

ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
1	5	6	8	10	12	14	16	18	20	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	45	47	49	51

Fuente: Minagri, (2016)

Elaboración Propia

En la tabla N° 20 se puede observar que en Países Bajos se cultiva arándano de la semana 27 a la semana 47 del año, correspondientes a los meses de julio a noviembre. Por otro lado, en los meses de diciembre a junio, la mayor parte de las importaciones neerlandesas de arándano fresco, provienen de Chile, España, Perú y Sudáfrica.

1.2.5. Precios

El precio de los arándanos está determinado por el mercado de Países Bajos, el cual es el segundo país importador y consumidor de este fruto. La estacionalidad del arándano en este mercado, genera una variación mínima en los precios.

La estación de producción está definida por los meses de julio a noviembre, en dichos periodos los precios del arándano fresco usualmente se encuentran en su pico.

Tabla 21

Principales mercados proveedores y sus precios para un producto importado por Países Bajos (Miles de US\$ por Tonelada)

Producto: 081040 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Perú	10.415	9.191	8.177	7.169	6.976	\$8.386
Chile	6.032	7.755	6.911	6.745	5.881	\$6.665
España	8.42	8.493	6.961	7.903	6.764	\$7.708
Bélgica	8.896	6.158	8.557	7.678	7.278	\$7.713
Sudáfrica	11.638	10.723	9.656	8.939	8.22	\$9.835

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

En la tabla N° 21 se muestran los precios por tonelada de arándanos frescos hacia el mercado de Países Bajos. Como se observa, en el 2015, Perú ofrecía arándanos a un precio de relativamente alto de US\$ 10.415 miles de dólares a comparación de otros países. En los años 2016 y 2017, el precio de arándanos frescos bajó a US\$ 9.191 y US\$

9.177 miles de dólares. Y para los años 2018 y 2019 el precio disminuyó de US\$ 7.169 a US\$ 6.976 miles de dólares respectivamente.

En el caso de Perú, el arándano fresco se ofrece al mercado de Países Bajos a un precio promedio de US\$ 8.386 miles de dólares por tonelada.

1.2.6. Demanda de arándano en los Países Bajos

Fresh Plaza, (2018) Las importaciones de arándanos hacia los Países Bajos han aumentado a lo largo de los años. En 2017, se importaron 9,8 millones de kg de arándanos frescos, casi tres veces más que en 2013. En 2017, alrededor del 40% de esta fruta importada se destinó a la reexportación. En ese año, la mayoría de los arándanos procedían de España (29%) y de Chile (27%). La superficie agrícola y las importaciones de este berry también han crecido. Según Statistics Netherlands (CBS), en el primer semestre de 2018, el precio de los arándanos en el supermercado apenas ha cambiado.

En el Tabla N° 22 se puede observar que Chile es el principal proveedor de arándanos frescos hacia Países Bajos con un valor de US\$ 357,220 miles de dólares durante el periodo 2015-2019, en comparación a lo importado de España que fue US\$ 309,981 miles de dólares durante el mismo periodo. En el caso de Perú, el mercado Países Bajos importó arándanos frescos por US\$ 361,668 miles de dólares durante los años 2015 al 2019, lo cual representa un nuevo crecimiento en el sector de arándanos para nuestro país.

Tabla 22

Principales mercados proveedores de un producto importado por Países Bajos. (Miles de US\$)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Chile	58,524	62,476	50,834	73,828	111,558	357,220
España	43,000	42,566	66,487	65,588	92,340	309,981
Perú	19,841	47,235	44,550	77,829	172,213	361,668
Sudáfrica	3,887	10,144	12,089	14,606	30,818	71,544
Bélgica	4,804	8,707	11,133	15,755	18,369	58,768

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración: Propia

Las exportaciones de arándanos frescos de Perú han tenido un incremento considerable en el periodo 2015-2019. Por ejemplo, en el año 2015 Los Países Bajos importó US\$ 19,841 miles de dólares, en el 2016 esta cantidad aumentó a US\$ 47,235, en el 2017 llegó a un valor de US\$ 44,550 miles de dólares y en el 2018 se tuvo un valor de US\$ 77,829 miles de dólares. Ya para el 2019 este valor aumentó considerablemente llegando a un valor de US\$ 172,213 miles de dólares.

Tabla 23

Principales mercados proveedores de un producto importado por Países Bajos. (Toneladas)

Producto: 0810400000 Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos						
Proveedores	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Chile	9,703	8,056	7,355	10,946	18,970	55,030
Perú	1,905	5,139	5,448	10,856	24,688	48,036
España	5,107	5,012	9,551	8,299	13,632	41,601
Sudáfrica	334	946	1,252	1,634	3,749	7,915
Bélgica	540	1,414	1,301	2,052	2,524	7,831

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

Blue berries Consulting, (2018) por otro lado, en la Tabla N° 23 se puede observar la cantidad en Toneladas de arándanos frescos importados a los Países Bajos durante los años 2015 a 2019. Dentro de sus principales proveedores de arándanos frescos en primer lugar se encuentra Chile con un total de 55,030 toneladas, en segundo lugar está Perú con una suma de 48,036 toneladas y en tercer lugar está España con una suma de 41,601 toneladas de arándanos frescos hacia Países Bajos.

1.2.7. Consumidores

El consumidor de este país va adquiriendo cada vez más mayor interés en consumir productos saludables, generando una mayor demanda de frutas y verduras frescas. En general, se observan estas tendencias en sus conductas de compra en el sector:

- Tiene criterios de calidad muy estrictos al momento de escoger un producto. Prefieren comprar un producto con una etiqueta certificada (GLOBAL GAP).
- Preferencia por productos orgánicos, con tendencias cada vez más crecientes.
- Comen tres comidas al día, donde el desayuno y almuerzo son ligeros, prácticos y no tan diferentes entre sí.
- Aumento en el consumo de alimentos pre cocinados, debido a los estilos de vida
- Comen en casa con mayor frecuencia

Blue berries Consulting, (2018) comenta que los consumidores neerlandeses son prudentes, y muy sensibles a los precios y las ofertas especiales. Además, suelen buscar la calidad, y están dispuestos a comprar algo cuando consideran que el precio está acorde con la calidad. Por lo general, no suelen preferir los productos holandeses por encima de sus equivalentes extranjeros. Son sensibles a la publicidad y una buena campaña publicitaria favorecerá sin duda el aumento de las ventas. Se tiende a buscar productos prácticos, sanos y duraderos. El comportamiento de compra de los consumidores cambia

constantemente debido a la oferta creciente de empresas internacionales y de los progresos tecnológicos.

1.2.8. Aranceles y Acuerdos Comerciales

El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú se suscribió el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica, y entró en vigencia el 1° de marzo de 2013.

Las disciplinas que se incluyeron en la negociación fueron: Acceso a Mercados; Reglas de Origen; Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio; Obstáculos Técnicos al Comercio; Medidas Sanitarias y Fitosanitarias; Defensa Comercial; Servicios, Establecimiento y Movimiento de Capitales; Compras Públicas; Propiedad Intelectual; Competencia; Solución de Diferencias, Asuntos Horizontales e Institucionales; Comercio y Desarrollo Sostenible y Asistencia Técnica y Fortalecimiento de Capacidades.

MINCETUR, (2011) éste Acuerdo Comercial forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión, para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

Tabla 24
Convenios Internacionales

CONVENIOS INTERNACIONALES			
SECCIÓN:	II : PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL		
CAPITULO:	8 : Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías		
8.1	Las demás frutas u otros frutos, frescos.		
0810.40.00.00	- Arándanos rojos, Mirtilos y demás frutos del género Vaccinium		
PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	FECHA DE VIGENCIA	PORCENTAJE LIBERADO ADV
Países Bajos	Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea	01/03/2013	100%

Fuente: SUNAT, (2019)

Elaboración Propia

Dentro de la lista de partidas que se negociaron en este acuerdo, está la partida 0810400000, la cual pertenece a “Arándanos rojos, Mirtillos y demás frutos del género Vaccinium”. Esta partida está libre de aranceles, lo que beneficia el comercio del arándano entre Perú y Países Bajos.

1.2.9. Normalización

1.2.9.1. Certificaciones y Requisitos

MINCETUR, (2019) con el fin de prevenir todo riesgo para la alimentación humana y animal, garantizar la salud y calidad de los cultivos, la Unión Europea ha adoptado una serie de normas para la protección de los vegetales y productos vegetales frescos (frutas, hortalizas, entre otros) para controlar su circulación en la Unión Europea. Existen documentos emitidos por el exportador, por la agencia de aduana, por el transporte, por el seguro, por el banco y finalmente por las instituciones.

La documentación es muy importante con respecto a la logística internacional. Una documentación completa facilitará que el envío llegue a su destino con un tiempo y riesgo menor. MINCETUR, (2019)

- ***Contrato de Compra – Venta Internacional***

Acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, por el cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio. Diario del Exportador, (2017)

- ***Factura Comercial (Invoice)***

Documento importante entre el comprador y el vendedor, en el cual se detallan las condiciones de venta, producto, precio, lugar, la forma de pago, la moneda y puntos de salida y entrega del producto. No se considera el IGV y va dirigida a la autoridad aduanera. Promperu, (2016)

- ***Lista de Empaque (Packinglist)***

Documento donde se detallan las características de la carga como la cantidad de bultos, peso, contenido, entre otros. Promperu, (2016)

- ***Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)***

Promperu, (2016) Documento propio del transporte marítimo. Tramitado por el agente de carga., este documento certifica que el transitario haya tomado a su cargo la mercancía para entregarla en el punto de destino, a quien figure como consignatario de ésta o a quien la haya adquirido por endoso total o parcial.

- ***Certificado Fitosanitario***

Agraria.pe, (2014) Certificado emitido por la Institución de Servicio Nacional de Saneamiento (SENASA). Este documento certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados acorde con procedimientos apropiados y son considerados libre de plagas cuarentenarias y prácticamente libres de otras plagas perjudiciales.

- ***Certificado de Origen***

PROMPERÚ, (2015) Documento expedido por la Cámara de Comercio para garantizar la procedencia del producto. Permite al exportador el uso a su favor de los beneficios de los tratados de libre comercio. Entre Perú y Los Países Bajos existe el beneficio del arancel del 0%, lo que ayuda al importador a estar seguro del origen y procedencia del producto.

- ***Certificado HACCP***

MINSA, (2005) Este certificado tiene como objetivo establecer en la industria alimentaria la aplicación de un sistema preventivo de control que asegure la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano. La certificación es obligatoria en varios países, incluyendo toda la Unión Europea.

- ***Certificado Sanitario***

Documento expedido por DIGESA (alimentos y bebidas), en el que se hace constar un determinado lote de un alimento a exportar es apto para consumo humano y cumple con determinados requisitos sanitarios. Prado Pastor, (2007)

- **Formato de DAM**

Documento en el cual el exportador mencionara todos los detalles que la Administración Aduanero requiere. Tiene carácter de una declaración Jurada.

Promperu, (2016)

1.2.9.2. Etiquetado

PROMPERÚ, (2014) los productos que se comercialicen en Países Bajos, al igual que en el resto de la Unión Europea, deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.).

Si la naturaleza del producto no es visible desde el exterior, el paquete debe estar etiquetado con el nombre del producto, el nombre de la variedad (opcional) y/o nombre comercial. Los siguientes conceptos deben estar en la etiqueta de frutas frescas (pre-ensadas):

1. El nombre de venta del producto.
2. La identificación comercial: clase, tamaño (código), número de unidades, peso neto.
3. Nombre y dirección del productor.
4. País de origen del producto.

1.2.10. Logística Internacional

MINCETUR, (2018) Países Bajos es uno de los países europeos con mayores y mejores facilidades de transporte. Su ubicación, infraestructura y la variada gama de servicios marítimos y aéreos lo han convertido en uno de los principales puntos de llegada, trasbordo y distribución de la región, considerándose este la puerta de entrada de Europa y centro de distribución hacia otros lugares del continente.

En cuanto al Incoterm a utilizar, este depende mucho de la elección del cliente (comprador). Para este proyecto de investigación se tomará en cuenta el Incoterm FOB, ya que es el que se usa con mayor frecuencia.

- **Transporte Marítimo**

Santander Trade Portal, (2019) Países Bajos posee una excelente infraestructura portuaria, con más de 40 puertos entre principales y auxiliares. Uno de los principales puertos de arribo en Estados Unidos de arándano fresco proveniente de Perú en los últimos años es el puerto de Rotterdam, debido a que es el puerto principal de Europa y del mundo donde la mayoría de líneas marítimas conectan y distribuyen carga a diferentes destinos. El puerto de Rotterdam recibe diversos productos agrícolas frescos que parten desde El Callao en un viaje de 23 días aproximadamente.

A continuación, se mencionan las rutas que han logrado consolidarse y que comúnmente son utilizadas por los exportadores peruanos:

A. Troncal Norte de Europa: la ruta del puerto de Callao (Lima) a Rotterdam.

Figura 20

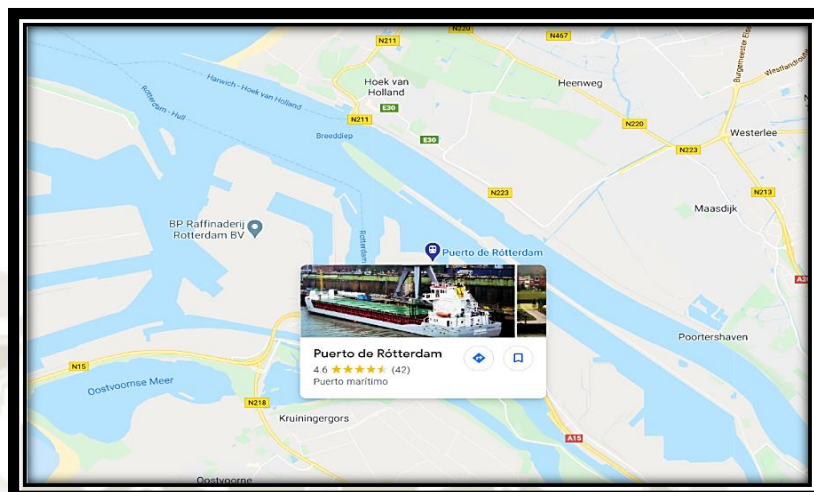
Ubicación del Puerto de Rotterdam-Países Bajos 1.



Fuente: Sea Rates (2019)

Figura 21

Ubicación del Puerto de Rotterdam-Países Bajos 2.



Fuente: Sea Rates (2019)

Puerto de Rotterdam: Mendoza Uribe, (2016) Situado al suroeste de los Países Bajos, es el principal puerto de Europa. Posee gran experiencia en el manejo de carga frutícola y capacidad para recibir todo tipo de embarcaciones de última generación. Este puerto sirve de conexión entre Europa y el mundo. Asimismo, cuenta con una completa gama de empresas especializadas en almacenamiento, trasbordo, transporte, transformación industrial y servicios auxiliares dentro de sus instalaciones.

Tabla 25

Tiempo aproximado de navegación de Arándano fresco desde Perú a Países Bajos

Puerto de Origen	Puerto de Llegada	Días de Transito	Frecuencia de Salida	Líneas Navieras	Agencia Marítima
Callao (Lima)	Rotterdam	23 días	Semanal	EVERGREEN	GREENANDES
		23 días	Semanal	MAERSK LINE	MAERSK PERU

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración: Propia

Para este proyecto de investigación se está considerando al puerto de Rotterdam como una opción de puerto destino para la exportación de arándano fresco. Como se puede ver en la Tabla N° 25, se está tomando en cuenta el puerto de Callao como puerto de origen, siendo el tiempo de tránsito de 23 días en las líneas navieras Evergreen y Maersk line hacia el puerto de Rotterdam. Sobre la frecuencia de salida de los barcos, esta es semanalmente.

Figura 22

Ruta Principal de navegación entre Perú y Países Bajos para la exportación de Arándano Fresco



Fuente: Sea Rates (2019)

En la imagen 22 se puede observar la ruta marítima de exportación de arándano fresco desde el puerto del Callao al puerto de Rotterdam.

Tabla 26

Tarifas Promedio para la exportación de Arándano Fresco hacia Países Bajos

Costos (US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor)		
Contenedores		Mercadería Consolidada Tm/m3
20 pies	40 pies	
1,500	1,738	65

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración Propia

En la Tabla N° 26 se indican los costos de exportación de arándano fresco desde el Puerto de Callo hasta el Puerto de Rotterdam, las tarifas promedio varían de acuerdo al tipo de contenedor. Por un contenedor de 20 pies la tarifa es de US\$ 1,500 dólares, y por uno de 40 pies la tarifa es de US\$ 1,738 dólares.

1.3.Determinación de Mercados Objetivo Estados Unidos – Países Bajos

La finalidad es determinar la conveniencia al comparar los mercados de Estados Unidos y Países Bajos para la exportación de Arándano Fresco comercializado por la Empresa Mitzi Aranda. Se utilizó como referencia el libro Claves para Exportar Manual del exportador argentino Di Liscia, A. y Vanella, R., (1997) donde nos indican los principales procedimientos para poder identificar los mercados potenciales. Así como también se tomó como referencia el Trabajo de investigación de Mercados para la exportación de Productos con múltiples Variables de Análisis.

En base a la información revisada se considerará los siguientes Factores: Factor Cultural, Factor Económico, Factor Barreras Comerciales y Factor Logístico los cuales se encuentran relacionados con el dinamismo importador del Socio Comercial y las posibles Limitaciones de Entradas, como son los requisitos y barreras Arancelarias, otro punto importante al momento de tomar la decisión es el volumen de la demanda de los Mercados Analizados y la Oferta Exportable de la Empresa Mitzi Aranda.

En base a la investigación realizada, podemos observar que gracias a la difusión de las propiedades y beneficios del arándano el Mercado Internacional del mismo está creciendo, para el análisis comparativo de nuestros mercados seleccionados se consideraron las siguientes Variables dentro de los Factores a analizar.

Tabla 27
Factores a analizar

Factor Cultural:	Factor Económico:
- Idioma	- PBI Anual
- Consumidores	- PBI Per Cápita
	- Balanza Comercial
	- Precios
	- Demanda (Importaciones)
Factor Barreras Comerciales:	Factor Logístico:
- Acuerdos Comerciales	- Accesos (Puertos)
- Certificaciones y Requisitos	- Tiempos de Tránsito
	- Tarifas

Fuente: Elaboración propia

1.4. Selección del Mercado Objetivo

La selección de mercado es fundamental en nuestro análisis haciendo que nuestras posibilidades de fracaso se reduzcan. Para dicha selección primero se utilizará el método de ranking de factores con lo que se ponderarán los factores de selección de mercados de acuerdo a su importancia. Luego, para la selección de mercados, se utilizará la matriz de perfil competitivo, para determinar así la mejor opción.

1.4.1. Ponderación de factores críticos

En la siguiente tabla se realizará la ponderación de los factores para los mercados de Estados Unidos y Países Bajos. Dicha ponderación se distribuye de la siguiente manera:

10: El criterio de columna es mucho más importante que el criterio de fila.

5: El criterio de columna es más importante que el criterio de fila.

1: Ambos criterios son igual de importantes.

0.2: El criterio de columna es menos importante que el criterio de fila.

0.1: El criterio de columna es mucho menos importante que el criterio de fila.

Tabla 28

Ponderación de factores para la selección del Mercado Objetivo

Factores de Decisión	N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Puntaje	% de cada Factor
Idioma	1		1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	2	0.01
Consumidores	2	1		1	1	1	1	1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	7	0.02
Pbi Anual	3	10	1		1	1	1	1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	16	0.06
Pbi Per Cápita	4	10	1	1		1	1	1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	16	0.06
Balanza Comercial	5	10	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	20	0.07
Precios	6	5	1	1	1	1		5	1	1	1	1	1	19	0.07
Demanda (Importaciones)	7	10	1	1	1	1	0.2		1	1	1	1	1	19	0.07
Acuerdos Comerciales	8	10	5	5	5	1	1	1		1	5	5	5	44	0.15
Certificaciones y Requisitos	9	10	5	5	5	1	1	1	1		5	5	5	44	0.15
Accesos(Puertos)	10	10	5	5	5	1	1	1	0.2	0.2		0.2	0.2	29	0.10
Tiempos de Transito	11	10	5	5	5	1	1	1	0.2	0.2	5		1	34	0.12
Tarifas	12	10	5	5	5	1	1	1	0.2	0.2	5	1		34	0.12
Total														284.9	1.00

Elaboración: Propia

Los factores de mayor importancia fueron los Acuerdos Comerciales y las Certificaciones y Requisitos, con un puntaje de 44 y un porcentaje de 15% para ambos factores.

1.5. Análisis de los Factores para cada mercado

1.5.1. Aspectos Cualitativos

Respecto a los aspectos cualitativos se encuentran:

A. Idioma

Tabla 29

Comparación idioma

ESTADOS UNIDOS	PAÍSES BAJOS
INGLÉS	NEERLANDES

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

En cuanto al factor idioma, está claro que el inglés es un idioma comercial hablado en casi todo el mundo y tiene una gran importancia para los negocios internacionales, lo que es muy ventajoso para el mercado de Estados Unidos, a comparación del neerlandés, idioma oficial de Países Bajos, Según un estudio realizado en 54 países por los institutos de idiomas EF y Englishtown, se reveló que el poder escribir y hablar el inglés en el mundo laboral actual, es la clave para lograr tener el bienestar económico y el éxito profesional que se desea. De acuerdo a una investigación, el inglés ayuda a desarrollar un entorno más propicio para las organizaciones, colaboradores, comercio y negocios en general. Por ello, manejarlo pasará de ser “un diferencial de la élite” a “una habilidad básica necesaria para todas las poblaciones en el mundo”. Según una estadística realizada el 2019, se sabe que 1500 millones de personas en el mundo hablan inglés, de las cuales solo 375 millones son hablantes nativos. Universiape, (2013)

Para esta investigación es conveniente enfocarse en un idioma que ayude a la apertura de fronteras comerciales entre países, por ello se le da una calificación de 3 a Estados Unidos.

B. Consumidores

Tabla 30

Comparación de consumidores

Estados Unidos	Países Bajos
Prueban nuevos productos	Criterios de calidad muy estrictos
Se fijan en la calidad y servicio	Preferencia por productos orgánicos
Se fijan en el empaquetado y rotulado del producto	Preferencia por productos con etiquetas
Prefieren las compras más prácticas	Son muy sensibles a los precios y ofertas
No le dan mucha importancia al precio del producto	Son sensibles a la publicidad del producto

Fuente: Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior, (2017)

Elaboración propia

El consumidor estadounidense es más flexible en cuanto a la preferencia y compra de frutos frescos. Sin embargo, los consumidores de Países Bajos son mucho más exigentes con la compra de estos frutos. Se sabe que cada día los consumidores estadounidenses buscan soluciones rápidas, el 40% de consumidores de alimentos nutritivos lo hacen porque son fáciles de consumir en cualquier lugar. Es por ello que están dispuestos a probar productos novedosos, ecoamigables, funcionales y nutritivos, los cuales son valorados por su calidad y no por su precio. Por otro lado, el consumidor neerlandés prefiere los productos orgánicos, libres de grasas transgénicas y que no contengan aditivos químicos, es por ello que tiene criterios altos en calidad y precios de los frutos frescos. PROCOLOMBIA , (2009)

Dada la comparación para este trabajo de investigación, está claro que el consumidor es un factor fundamental para poder identificar una oportunidad de negocio. Por lo tanto, se le da a Estados Unidos una calificación de 3.

C. Acuerdos Comerciales

Tabla 31

Comparación Acuerdos Comerciales

Estados Unidos	Países Bajos
Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos	Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea

Fuente: SUNAT, (2019)

Elaboración Propia

Como se observa tanto el mercado de Estados Unidos como el de Países Bajos poseen acuerdos comerciales con Perú. De acuerdo a esto, se recalca que “los intercambios comerciales con EE.UU., han crecido significativamente impulsados por el acuerdo”, según Pablo de la Flor, quien fuera jefe del Equipo Negociador del TLC con Estados Unidos.

Según InfoMercado, (2019) De acuerdo con un estudio de los economistas Nikita Céspedes, María Aquije, Alan Sánchez y Rafael Vera Tudela, el análisis individual del TLC con EE.UU. sugiere que las empresas peruanas que comercian con este país son las que mejores ganancias de productividad han experimentado: “Las exportadoras reportan una ganancia promedio de 3%, las importadoras una ganancia promedio de 8%; y las que exportan e importan, una de 12%”, indica la investigación.

Es más conveniente dirigirse a un mercado que a través de acuerdos comerciales beneficie mucho en los negocios internacionales, en la expansión de las exportaciones y conlleve a mejorar la competitividad de las empresas exportadoras, por ende, a Estados Unidos se le da una calificación de 3.

D. Certificaciones y requisitos

Tabla 32

Comparación Certificationess y requisitos

Estados Unidos	Países Bajos
Contrato de Compra – Venta Internacional	Contrato de Compra – Venta Internacional
Factura Comercial (Invoice)	Factura Comercial (Invoice)
Lista de Empaque (Packinglist)	Lista de Empaque (Packinglist)
Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)	Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)
Certificado Fitosanitario	Certificado Fitosanitario
Certificado de Origen	Certificado de Origen
Certificado HACCP	Certificado HACCP
Carta de Crédito	Certificado Sanitario
	Formato de DAM

Fuente: SIICEX, (2020)

Elaboración propia

Como se observa, tanto Estados Unidos como Países Bajos presentan una lista de certificaciones y requisitos que se deben cumplir para que un producto entre a su mercado. Es de saberse que, cada país al que se dirige las exportaciones cuenta con una serie de regulaciones y exigencias que deben ser cumplida y así evitar detenciones o rechazos de estas. Es de vital importancia conocer a tiempo estas exigencias, ya que en algunos casos puede tomar algún tiempo su implementación.

Conociendo dicha información, para este trabajo de investigación se busca ingresar a un mercado cumpliendo todas las regulaciones necesarias, para así generar confianza con los consumidores finales. Se considera que ambos países son igual de convenientes en cuanto a certificaciones y requisitos, por ello reciben una calificación de 2.

E. Accesos (Puertos)

Tabla 33

Comparación Acceso (Puertos)

Estados Unidos	Países Bajos
Puerto de Miami	Puerto de Rotterdam

Fuente: Sea Rates (2019)

Elaboración Propia

Para cada país se ha considerado un puerto de llegada para el producto en mención. El puerto de Miami para Estados Unidos y el puerto de Rotterdam para Países Bajos. En términos de tamaño y ubicación, el puerto de Rotterdam se encuentra estratégicamente bien posicionado lo que lo convierte en un centro de operaciones de la economía circular. Según Allard Castelein, CEO de la Autoridad del Puerto de Rotterdam: ``Estamos trabajando duro para aumentar aún más nuestra posición de liderazgo e estamos invirtiendo mucho para lograr esto. Sin embargo, el éxito de un puerto moderno no puede medirse solo por el tonelaje de rendimiento. Nuestros clientes ya no solo desean una mayor capacidad de rendimiento, sino que exigen un puerto mejor, más rápido y, sobre todo, más inteligente.” World Energy Trade, (2020)

Dada esta información, lo más conveniente para esta investigación es dirigirse a un país cuya actividad portuaria sea más eficiente y posea una mayor circulación de mercancías. Por lo tanto, Países Bajos recibe una calificación de 3.

1.5.2. Aspectos Cuantitativos

1. PBI Anual y PBI per cápita

Tabla 34

Comparación PBI anual

	2015	2016	2017	2018	2019	Variación Pbi Anual (%)
Estados Unidos	18,224,800	18,715,000	19,519,400	20,580,200	21,427,700	17.57%
Países Bajos	765,650	783,844	833,575	914,519	909,091	18.73%

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración: Propia

Durante el periodo 2015 a 2019, Estados Unidos muestra un incremento de casi el 18% en la producción del país durante estos 5 años. Por otro lado, en la tabla del PBI Anual de los Países Bajos se observa un crecimiento mucho mayor de casi el 19% en el valor total de los bienes y servicios producidos dentro del país, a lo largo de este periodo.

Tabla 35
Comparación PBI per Cápita anual

	2015	2016	2017	2018	2019	Variación Pbi Per Cápita (%)
Estados Unidos	56.787	57.901	60	62.869	65.458	15.27%
Países Bajos	45.303	46.165	48.8	53.228	52.603	16.11%

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

Durante el periodo 2015 a 2019, se muestra una variación del 15% en el nivel de riqueza de Estados Unidos. Por otro lado, en el caso de Países Bajos se observa una variación mayor del 16% en el PBI per cápita, a lo largo de este periodo. Datosmacro.com, (2019)

Es importante saber que el PBI es uno de los indicadores más utilizados de la producción de un país, es un indicativo preciso del tamaño de una economía, mientras que el PBI per cápita es un indicador económico que mide la relación entre el nivel de renta de un país y su población, tal como afirmaron el Premio Nobel de Economía Paul A. Samuelson y el economista William Nordhaus. Santander Trade Portal, (2019)

De acuerdo a esta información, es conveniente seleccionar un país que posea una notable expansión económica y un alto nivel de riqueza y bienestar en su población. Por ello se le da a Países Bajos una calificación de 3 para ambos factores.

2. Balanza Comercial

Tabla 36
Comparación de Balanza Comercial

	2015	2016	2017	2018	2019	Variación Balanza Comercial (%)
Estados Unidos	-614,764	-791,732	-779,355	-1,035,688	-1,110,089	80.57%
Países Bajos	-12,975	237	17,229	38,724	-26,264	102.42%

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Elaboración Propia

Estados Unidos, a lo largo del periodo comprendido entre 2015 y 2019, muestra una balanza deficitaria; la misma que ha experimentado un aumento progresivo del 80% en las importaciones durante estos 5 años. Por su parte, la foto de la balanza comercial de los Países Bajos expone un crecimiento mucho mayor, pero en este caso en sus exportaciones, lo que la convierte en una balanza superavitaria con un crecimiento sostenido del 102% a lo largo de este periodo.

Dado este escenario, para este trabajo de investigación, lo más conveniente es apuntar a un país de consumo, cuyo volumen de importaciones es mucho mayor frente a sus exportaciones, Por lo tanto, Estados Unidos recibe la calificación de 3.

3. Precios

Tabla 37
Comparación de Precios

	2015	2016	2017	2018	2019	Precio Promedio
Estados Unidos	10.919	9.874	9.083	8.267	7.551	9.139
Países Bajos	10.415	9.191	8.177	7.169	6.976	8.386

Fuente: Trademap, (2019)

Elaboración Propia

En la tabla superior se visualiza los precios promedios por toneladas de Estados Unidos y Países Bajos durante el periodo 2015 y 2019. El mercado de Estados Unidos posee un precio promedio de US\$ 9.139 miles superior al precio promedio que posee el mercado de Países Bajos. Es importante destacar que la determinación del precio de compra de un producto es; para la empresa; uno de los aspectos más importantes y delicados de la comercialización internacional.

Para este proyecto de investigación, lo más conveniente es apuntar a un país con un precio de compra mayor. Por ello, Estados Unidos recibe la calificación de 3.

4. Demanda Valor FOB

Tabla 38
Comparación de Demanda en valor FOB

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. Demanda (%) 2018/2019
Estados Unidos	57,107	144,411	171,903	307,273	518,618	68.78%
Países Bajos	19,841	47,235	44,550	77,829	172,213	121.27%

Fuente: Trademap, (2019)

Elaboración Propia

En el caso de importaciones, la demanda de arándanos en miles de US\$ tanto de Estados Unidos como la de Países Bajos demostró un considerable incremento durante el periodo 2015 a 2019. En la tabla se visualiza que la demanda de arándanos frescos para Estados Unidos se vio representada en cifras elevadas y la variación entre los años 2018 y 2019 fue de casi el 70%. Por su parte, la demanda de arándanos frescos para Países Bajos también tuvo un crecimiento, pero en cifras menores con una variación del 121% entre los años 2018 y 2019. Es importante resaltar que la demanda es un factor esencial al momento de exportar un producto. Se deben conocer las características de la demanda por productos exportables, y se tiene que investigar el mercado internacional del producto a exportar. También se debe destacar el hecho de que la demanda por exportaciones, depende básicamente de las características de los productos y de su competitividad (costo).

Se ha determinado que lo más conveniente para este trabajo de investigación es considerar un país con una mayor demanda del producto. Por ende, a Estados Unidos se le da una calificación de 3.

5. Tiempo de tránsito

Tabla 39
Comparación tiempo de tránsito

Estados Unidos	Países Bajos
18 a 21 días (Miami)	23 días (Rotterdam)

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración Propia

El tiempo de tránsito desde el Puerto Callao al Puerto de Miami es de 18 a 21 días, menor al tiempo de tránsito desde el Puerto del Callao al Puerto de Rotterdam que son 23 días. Es importante mencionar que ambos puertos tienen mayor movimiento de mercancías y reciben diversos productos agrícolas frescos, pero el más cercano al Perú, es el puerto de Miami, que presenta un menor tiempo de navegación, lo que permitirá a los productos estar colocados en el mercado en menor cantidad de días y por ende en mejores condiciones. La ruta marítima hacia este puerto parte desde El Callao en un viaje de 18 a 21 días aproximadamente con transbordo en Panamá, lugar donde se completa el tratamiento de frío. Fresh Plaza, (2018) es un proceso que se aplica a la importación de frutas y vegetales frescos y consiste en mantener una temperatura constante de frío dentro del contenedor, durante un período determinado por la Agencia de Sanidad Animal y Vegetal de Estados Unidos (APHIS). Lo más conveniente para esta investigación es considerar un tiempo de tránsito menor para la exportación de arándano fresco tomando en cuenta el cuidado y conservación del fruto durante el viaje. Por lo tanto, Estados Unidos recibe una calificación de 3.

6. Tarifas

Tabla 40

Comparación de tarifas

Contenedores	Estados Unidos	Países Bajos
20 pies	1,463 Miami	1,500 Rotterdam
40 pies	2,008 Miami	1,738 Rotterdam

Fuente: Siicex, (2020)

Elaboración: Propia

En cuanto a las tarifas, para exportar a Países Bajos sus tarifas varían entre US\$ 1500 a 1700, y en el caso de Estados Unidos, sus tarifas oscilan entre US\$ 1400 a 2000. Como se aprecia en la tabla anterior, ambos mercados poseen tarifas de acuerdo al tipo

de contenedor y la diferencia de costos entre ambos países no es mucha. OMC, (2016)

Los costos del comercio internacional ejercen una gran influencia sobre las corrientes comerciales, sobre quién comercia, con qué productos y con quién; sobre los lugares en los que se fabrican los productos y se ofrecen los servicios; y sobre los bienes y servicios disponibles para los consumidores y los precios que han de pagar por ellos.

Considerando la información anterior, lo más conveniente para esta investigación es considerar tarifas relativamente económicas para la exportación de arándano fresco. Por ende, tanto Estados Unidos como Países Bajos reciben una calificación de 2.

1.5.3. Matriz de Perfil Competitivo

En la siguiente tabla se calificará cada factor crítico de los mercados de Estados Unidos y Países Bajos. Además, la calificación se distribuye de la siguiente manera:

1= es menos conveniente exportar, 2= es igual de conveniente y 3= es más conveniente exportar.

Tabla 41
Matriz de Perfil Competitivo

	Puntaje	ESTADOS UNIDOS			PAISES BAJOS		
		Porcentaje	Calificación	Resultado	Porcentaje	Calificación	Resultado
Acuerdos Comerciales	44	0.15	3	0.45	0.15	1	0.15
Certificaciones y Requisitos	44	0.15	2	0.30	0.15	2	0.30
Tiempos de Transito	34	0.12	3	0.36	0.12	1	0.12
Tarifas	34	0.12	2	0.24	0.12	2	0.24
Accesos (Puertos)	29	0.10	1	0.10	0.10	3	0.30
Balanza Comercial	20	0.07	3	0.21	0.07	1	0.07
Demanda (Importaciones)	19	0.07	3	0.21	0.07	1	0.07
Precios	19	0.07	3	0.21	0.07	1	0.07
PBI Anual	16	0.06	1	0.06	0.06	3	0.18
PBI Per Cápita	16	0.06	1	0.06	0.06	3	0.18
Consumidores	7	0.02	3	0.06	0.02	1	0.02
Idioma	2	0.01	3	0.03	0.01	1	0.01
	285			2.29			1.71

Elaboración: Propia

De acuerdo al análisis de la tabla anterior se obtuvieron los siguientes resultados:

Estados Unidos tuvo un resultado de 2.29, y Países Bajos tuvo un resultado de 1.71. Por lo que Estados Unidos es el mercado más atractivo para la exportación de arándanos frescos para la Empresa Mitzi Aranda, debido a la alta calificación que recibió.

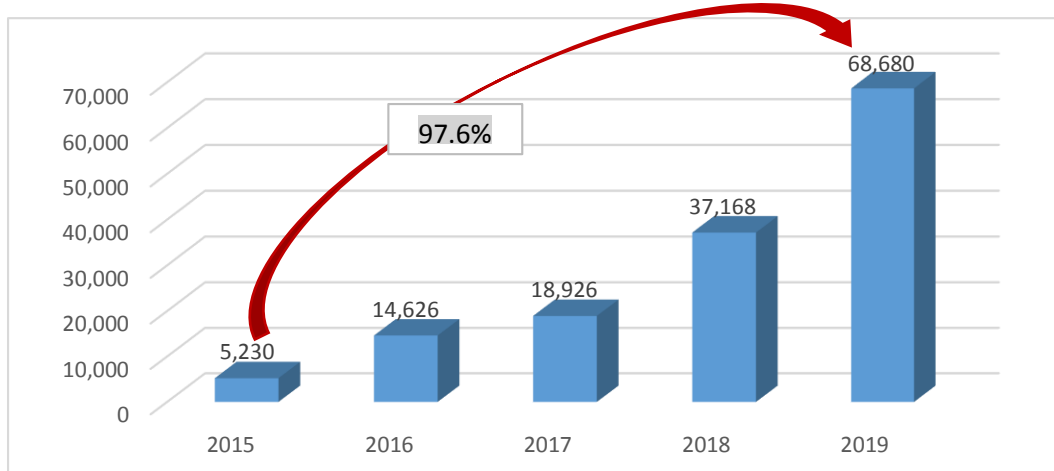
- **Proyección de la Demanda del mercado ganador**

Con la finalidad de determinar el comportamiento futuro del mercado americano, se ha estimado una proyección de la demanda en base a los datos de los principales mercados proveedores de arándanos a este país. (Tabla 14). En ella se puede apreciar el crecimiento exponencial de las cifras, registrándose 5, 230.00 toneladas en el año 2015 y casi 65,000.00 toneladas adicionales en el año 2019. Como se puede observar en la

figura de abajo, este gran salto ha significado un incremento promedio de 97.6% en los últimos 4 años.

Figura 23

Crecimiento de Demanda – Mercado Americano (2015 – 2019)



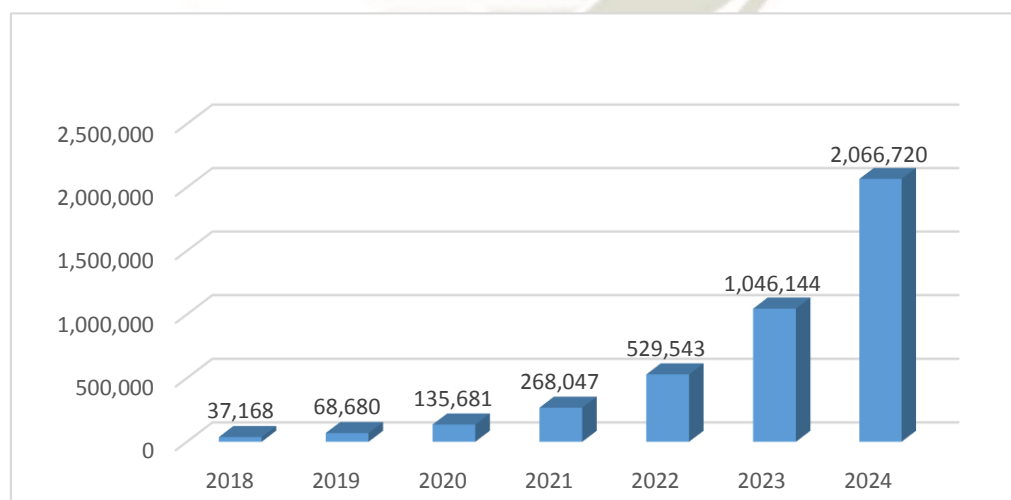
Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

Esta importante variación, permitiría establecer un escenario bastante alentador, pero al mismo tiempo, muy retador. Obteniéndose una imagen como esta.

Figura 24

Proyección de Demanda – Mercado Americano



Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

Sin embargo, a pesar de ser un mercado sumamente prometedor, se ha preferido ser conservadores y tener un aumento constante.

Tabla 42

Pronóstico de la demanda 2020 - 2024

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Toneladas	5,230	14,626	18,926	37,168	68,680	73,759	88,703	103,647	118,591	133,535

Fuente: TradeMap, (2019)

Elaboración Propia

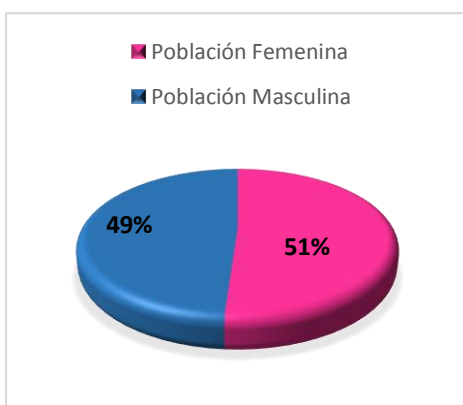
En la tabla anterior, el crecimiento promedio es del 14.30% en el periodo 2020-2024; teniendo una variación total del 81.04% si se compara la cifra del año 2020 con la del año 2024.

- Acceso al mercado ganador

Tal como se había descrito con anterioridad, el puerto de Miami sería la puerta de ingreso al mercado norteamericano, específicamente al estado de la Florida. Estado que ocupa el lugar número 3 en la lista de los más poblados dentro de todo el territorio, ya que su población representa el 7% de todos los habitantes de Estados Unidos, es decir un aproximado de 21 millones de individuos. A continuación, se mostrarán algunos datos relevantes.

Figura 25

Población masculina y femenina - Florida



Población Total Florida	21,299,325
Población Femenina	10,883,955
Población Masculina	10,415,370

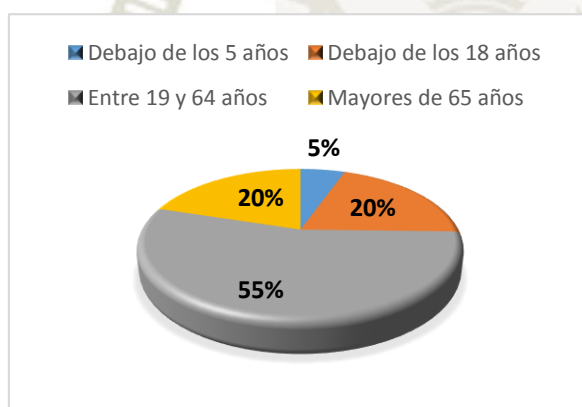
Elaboración Propia

En la figura de arriba se aprecia que la población femenina en la Florida es mayor que la población masculina, superándola en casi 470,000.00 personas. Si bien esta diferencia no es considerable, igualmente es un factor positivo, ya que es la mujer la que decide la compra en el hogar y presenta una mayor tendencia a la alimentación saludable.

Del mismo modo, también se había mencionado que la US Highbush Blueberry Council, luego de una completa investigación, estableció que los mayores consumidores de arándanos, se situaban en un rango entre 25 y 45 años. En el caso de la Florida, este conjunto de ciudadanos formaría parte del mayor porcentaje de la población.

Figura 26

Población por edades - Florida



Población Total Florida	21,299,325
Debajo de los 5 años	1,150,164
Debajo de los 18 años	4,259,865
Entre 19 y 64 años	11,608,132
Mayores de 65 años	4,281,164

Elaboración Propia

Otro punto relevante en este estado es que más del 95% de la PEA se encuentra laborando; obteniendo una tasa de desempleo del 3.48%; una décima menor que la tasa a nivel nacional.

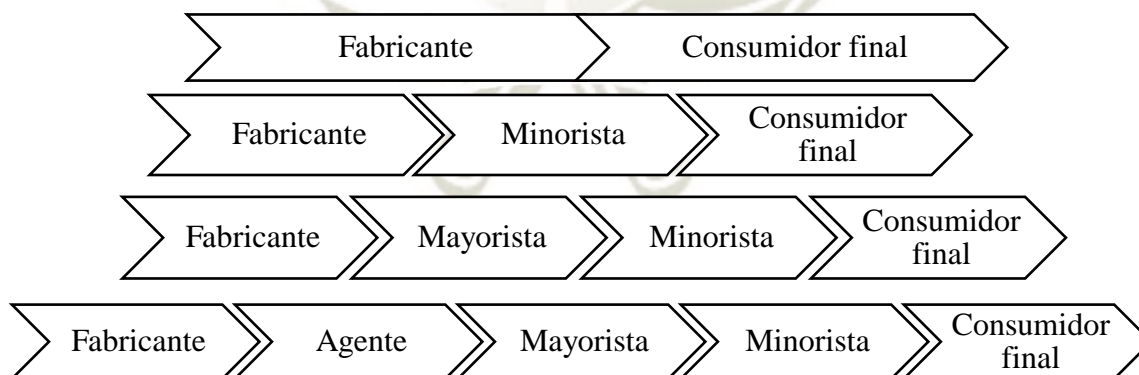
Tabla 43
Tasa de desempleo en Florida

Población activa	10,345,500
Empleados	9,985,800
Desempleados	359,700
Tasa de desempleo	3.48%

Elaboración Propia

Con la información mostrada, se deduce que el estado de la Florida es idóneo para la comercialización del arándano.

Velásquez Vargas, (2015) Cabe mencionar que se trata de un producto perecedero que requiere refrigeración para su transporte y almacenaje para que permanezcan en perfectas condiciones para el goce y disfrute del consumidor; por ende, se pretende estratificar los canales de distribución; es decir, definir todos los medios y participantes mediante los cuales el arándano llegará al consumidor final. Para ello se debe de tener en cuenta que por lo general una cadena de distribución más amplia, genera más costos.

Figura 27
Canales de distribución para el arándano fresco


Elaboración Propia

Gamarra Solórzano, (2016) La distribución de arándanos frescos en el mercado americano se da mediante Food Retailers (Minoristas), Wholesalers (Mayoristas) y Alternative Formats (Formatos alternativos) como:

- a) Supermercados: Canal de distribución más común. Se ofrecen productos de consumo a precios económicos a la mejor calidad. Ejemplo: Wall Mart, Whole Foods Market, Publix.
- b) Supercenters: Canal de distribución con un fuerte poder de negociación frente a sus proveedores debido a la gran capacidad de compra. Se ofrecen productos de alimentación, muebles, productos para el hogar, libros, etc.
- c) Tiendas Gourmet: en estas tiendas se pueden encontrar productos agroalimentarios de alta calidad que no se encuentran en los supermercados, es por ello que se cuenta con un precio elevado. Ejemplo: American Food House, Fresh Market.
- d) Warehouse Clubs: Canal de distribución donde las importaciones se realizan directamente para así no generar más gastos y ofrecer al mercado precios menores. Cuenta con un servicio reducido y básico; y su ubicación generalmente es en las afueras de los centros urbanos. Ejemplo: Sam's, filial de Wal-Mart y Costco.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo de investigación se determina que es posible realizar la comparación de los mercados de Estados Unidos y Países Bajos. Para ello se aplicó la Matriz de Perfil Competitivo, la que demostró que el mercado idóneo para la exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda es Estados Unidos. Dicho país obtuvo un puntaje de 2.29 frente a 1.71 del país competidor.

PRIMERA: Con respecto a los Factores Culturales, se consideraron el idioma y el consumidor, siendo el primero de mucha importancia para el comercio internacional, se estima que en el mundo el idioma más hablado es el inglés, con más de 1500 millones angloparlantes, lo que ayuda a la apertura de fronteras comerciales. A su vez, conocer al consumidor es un requisito principal para exportar un producto, ya que de acuerdo a sus preferencias se determina la aceptación del producto en el mercado objetivo. Ambos factores favorecieron al mercado de Estados Unidos como el país más adecuado para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda. En la matriz, dicho país obtuvo un resultado de 0.03 en el factor idioma y 0.06 en el factor consumidores.

SEGUNDA: En lo que refiere a los Factores Económicos, se consideraron factores como el PBI, Balanza Comercial, Precios y Demanda. Lo que se buscó fue un país destino rentable, con una notable expansión económica y un alto nivel de riqueza, un país de consumo cuyo volumen de importaciones de arándanos frescos fuese mayor al volumen de exportaciones de este. Por otro lado, también se buscó al mercado poseedor de un precio alto de compra del arándano fresco, y que tenga una gran demanda del mismo producto. Con los resultados obtenidos, se dio a conocer que Países Bajos superó a EE.UU. obteniendo un resultado de 0.18 en el factor

PBI. Sin embargo, el mercado de Estados Unidos supero al mercado competidor al obtener un resultado de 0.21 en los factores de balanza comercial, precios y demanda.

TERCERA: En cuanto al Factor Barreras Comerciales, se determinaron los acuerdos comerciales, certificaciones y requisitos como indicadores necesarios para la exportación de arándano fresco. Se buscó un mercado que a través de tratados comerciales beneficie a los negocios internacionales, interviniendo en la liberación absoluta de aranceles para la exportación de arándano fresco. Por otro lado, también se evaluó la documentación necesaria para la exportación de este fruto fresco. Como resultado de la matriz, se reflejó que Estados Unidos obtuvo un resultado de 0.45 en el factor acuerdos comerciales y en cuanto al factor certificaciones y requisitos obtuvo el mismo resultado del mercado competidor de 0.30.

CUARTA: Finalmente, con respecto a los Factores Logísticos, se han considerado los accesos (puertos), tiempo de tránsito y tarifas. Se buscó un mercado que posea una actividad portuaria más eficiente y con una mayor circulación de mercancías, especialmente de arándano fresco, y que también cuente con un tiempo de tránsito menor para evitar el deterioro del fruto exportado y a su vez que también posea tarifas accesibles. Con los resultados anteriores, Estados Unidos obtuvo un resultado de 0.36 en el factor tiempos de tránsito, para el factor tarifas tuvo un resultado igual al país competidor de 0.24, pero en este caso del factor accesos (puertos), Países Bajos lo superó con un resultado de 0.30.

RECOMENDACIONES

A partir del estudio realizado, surgen las siguientes recomendaciones para la Empresa Mitzi Aranda:

PRIMERA: Se recomienda que, antes de exportar arándano fresco al mercado ganador, Mitzi Aranda debería tener mayor presencia en el mercado local y posicionarse de tal manera que más consumidores de arándano, conozcan a la empresa como comercializadora de este fruto. Una vez realizado esto, la empresa podría participar en ferias estadounidenses, específicamente en Miami, lugar destino del arándano fresco, para poder interactuar directamente con el consumidor norteamericano y aumentar su aceptación por el producto.

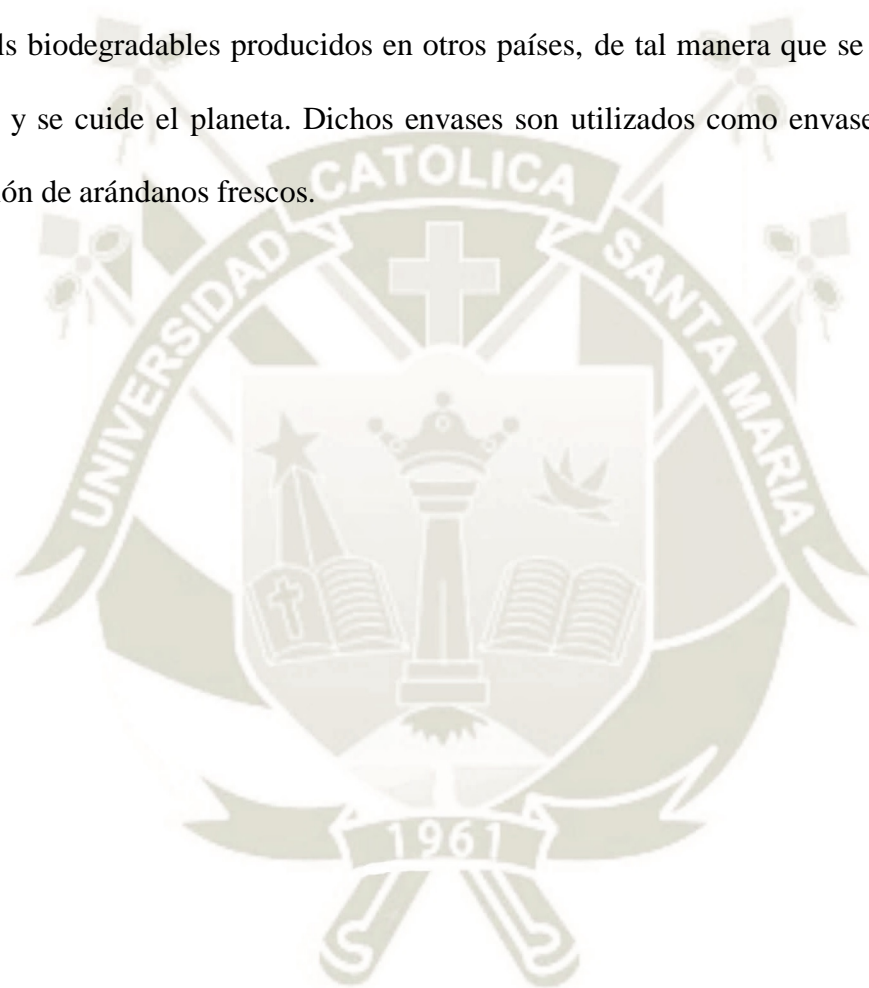
SEGUNDA: Se recomienda que, para la exportación de arándano fresco a Estados Unidos, la empresa Mitzi Aranda deberá buscar alianzas con gremios productores y exportadores para poder asegurar que la variabilidad de los precios de compra de arándanos sea mínima, ya que hoy en día son varias las empresas nacionales exportadoras de arándano, y lo que se busca es que exista una libre competencia en el mercado de este fruto, considerando los precios y la calidad del mismo.

TERCERA: Se recomienda que, debido al aumento de la demanda de arándanos frescos del mercado de Estados Unidos, Mitzi Aranda debería invertir en la compra de maquinaria y equipos, así como también en la ampliación de su actual planta y el aumento de personal capacitado para atender este incremento.

CUARTA: Se recomienda que, Mitzi Aranda invierta en la producción de su propio arándano en el terreno que posee, de manera que pueda destinar parte o toda la cosecha al mercado de Estados Unidos, y a su vez acopiando arándano fresco del norte del país. La empresa también debería evaluar y programar el tiempo de cosecha del fruto, ya que el periodo de cosecha de este es de 2 a 3 meses y dependiendo de la variedad del arándano, el tiempo puede ser mayor.

Si bien se puede producir todo el año, Mitzi Arada debería considerar la estacionalidad del arándano y aprovechar las temporadas en el que el precio de venta del fruto es más alto.

QUINTA: Se recomienda que, en un mediano o largo plazo, la empresa Mitzi Aranda pueda acogerse al Régimen Aduanero Drawback para que pueda beneficiarse con una tasa de restitución (3%) de los aranceles pagados por insumos importados, como por ejemplo los clamshells biodegradables producidos en otros países, de tal manera que se proteja al medio ambiente y se cuide el planeta. Dichos envases son utilizados como envases finales para la exportación de arándanos frescos.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agraria. (13 de Mayo de 2019). *agraria.pe*. Obtenido de *agraria.pe*: <https://agraria.pe/noticias/peru-sera-el-principal-exportador-de-arandanos-del-mundo-18966>
- Agraria.pe. (2014). SENASA dictará curso de procedimientos fitosanitarios para exportar e importar plantas y vegetales. *Agraria.pe*. Obtenido de <https://agraria.pe/noticias/senasa-dictara-curso-de-procedimientos-fitosanitarios-para-e-6651#:~:text=El%20Certificado%20Fitosanitario%20es%20un,de%20otras%20plagas%20perjudiciales%2C%20teniendo>
- Agro Noticias. (07 de Febrero de 2020). *Argronoticia.pe*. Obtenido de *Agronoticias.pe*: <https://agronoticias.pe/noticias/peru-es-el-primer-exportador-mundial-de-arandanos/>
- Blue berries Consulting. (09 de Agosto de 2018). *www.blueberriesconsulting.com*. Obtenido de *www.blueberriesconsulting.com*: <https://www.blueberriesconsulting.com/holanda-triplico-su-importacion-en-cinco-anos/>
- Datosmacro.com. (2019). *datosmacro.expansion.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>
- Diario del Exportador. (Noviembre de 2017). <https://www.diariodelexportador.com>. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com>: <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/contrato-de-compraventa-internacional.html#:~:text=El%20contrato%20de%20compraventa,de%20un%20precio%3B%20e%20incluye>
- Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior. (2017). *Reporte de Comercio Bilateral Perú - Estados Unidos*. Ministerio de Comercio Exterior.
- Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior. (2018). *Reporte Comercio Bilateral (RCB) Perú - EE.UU*. Minisysterio de Comercio Exterior y Turimos.
- Eaerle, E. (06 de Noviembre de 2017). Conozca PortMiami, nueva ruta a Estados Unidos para las agroexportaciones del Perú. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/conozca-portmiami-nueva-ruta-estados-unidos-agroexportaciones-peru-148913-noticia/?ref=gesr>
- Forbes, P., Mangas Ramis, E., & Pagano , N. (2009). *Diseño y Evaluación de Proyectos Agroindustriales*. Universidad Nacional de La Pampa.
- Fresh Plaza. (8 de Agosto de 2018). <https://www.freshplaza.es/>. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/>: <https://www.freshplaza.es/article/3117870/las-importaciones-holandesas-de-arandanos-casi-se-han-triplicado-en-cinco-anos/>
- Gamarra Solórzano, J. E. (2016). *Estrategias de Mercado para fomentar la exportación del arandano (Vaccinium spp.) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017*. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2827/E71-G3537-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gestión. (2019). *Arándanos: Radiografía del Cultivo cuya Producción crece 206% Anual en el Perú*.
- InfoMercado. (06 de Febrero de 2019). *infomercado.pe*. Obtenido de *infomercado.pe*: <https://infomercado.pe/cual-es-el-impacto-del-tlc-con-estados-unidos-despues-de-10-anos/>
- Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior - IDEXCAM - de la Cámara de Comercio de Lima. (s.f.). *Arándanos*. Lima: Cámara de Comercio de Lima.
- Logistec. (9 de Febrero de 2016). <https://www.revistalogistec.com/>. Obtenido de <https://www.revistalogistec.com/>:

- <https://www.revistalogistec.com/index.php/logistica/freight-management/item/500-miami-puerto-y-hub-logistico-de-las-americas>
- Mendoza Uribe, A. B. (2016). *Tracking App*. Bogota: Universidad Piloto de Colombia. Obtenido de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003698.pdf>
- MINCETUR. (2010). *Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a los Estados Unidos*. Lima.
- MINCETUR. (2011). <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48%3Alo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44%3Alo-que-debemos-saber-de-los-tlc&Itemid=78
- MINCETUR. (2011). www.mincetur.gob.pe. Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=105:inicio&catid=50:inicio-union-europea&Itemid=73
- MINCETUR. (2016). *Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342808/PDM_EEUU.pdf
- MINCETUR. (2018). *PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO DE MERCADO DE PAÍSES BAJOS*. Lima.
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). *El Arándano en el Perú y el Mundo*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). *Acuerdos Comerciales del Perú*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). *Acuerdos Comerciales del Perú*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Plan de desarrollo de Mercado Países Bajos*. Lima: MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Plan de Desarrollo de Mercado EEUU*. Lima: MINCETUR.
- MINSA. (29 de Junio de 2005). Proyecto "Norma sanitaria sobre el procedimiento para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas". Lima.
- Municipalidad Distrital de La Joya. (27 de Marzo de 2015). [Municipalidadlajoya.gob.pe](http://www.municipalidadlajoya.gob.pe). Obtenido de <http://www.municipalidadlajoya.gob.pe/index.php/component/k2/item/268-historia.html>
- Nutridieta. (1 de Agosto de 2019). *Propiedades, beneficios y tipos de arándanos*. Obtenido de Nutridieta.com: <https://www.nutridieta.com/arandanos/>
- OMC. (2016). *Por qué son importantes los costos del comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible*.
- Pazos, G. G. (Agosto de 2017). www.redagricola.com. Obtenido de www.redagricola.com: <https://www.redagricola.com/pe/biloxi-la-red-globe-los-arandanos/>
- Pérez, D., & Mazzone, L. (s.f.). *Aspectos económicos y productivos del cultivo en Tucumán*. EEAOC.
- Prado Pastor, S. (2007). *Requisitos Sanitarios para la exportación de alimentos a los principales Mercados*. Lima: Digesa. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=67873864-11EE-41FE-9297-F4C5790321C8.PDF>
- PROCOLOMBIA. (15 de Mayo de 2009). tlc-eeuu.procolombia.co. Obtenido de tlc-eeuu.procolombia.co: <https://tlc-eeuu.procolombia.co/conozca-estados-unidos/caracteristicas-del-mercado-y-el-consumidor>
- PROMPERÚ. (2014). *Guía de Mercado Países Bajos*. Lima.
- PROMPERÚ. (2015). *Guía de requisitos de acceso de alimentos a los Estados Unidos*. Lima.

- Promperu. (2016). *Manual de documentos de Exportación*. Lima. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
- Redagícola. (Setiembre de 2017). *redagricola.com*. Obtenido de [redagricola.com](https://www.redagricola.com/cl/arandanos-en-peru-situacion-actual-y-perspectivas/): <https://www.redagricola.com/cl/arandanos-en-peru-situacion-actual-y-perspectivas/>
- Salas, D. (20 de Junio de 2020). *Proyectos peruanos El aliado de su inversión*. Obtenido de [Proyectos peruanos El aliado de su inversión](http://proyectosperuanos.com/cultivo_de_arandanos/): http://proyectosperuanos.com/cultivo_de_arandanos/
- Santander Trade. (2019). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de [es.portal.santandertrade.com](https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/llegar-al-consumidor): <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/llegar-al-consumidor>
- Santander Trade Portal. (Abril de 2019). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de [es.portal.santandertrade.com](https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia): <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- SIICEX. (27 de Enero de 2020). <http://www.mapex.pe>. Obtenido de <http://www.mapex.pe>: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home#>
- SUNAT. (2019). www.sunat.gob.pe. Obtenido de www.sunat.gob.pe
- TradeMap. (2019). <https://www.trademap.org>. Obtenido de <https://www.trademap.org>: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx
- TRIDGE. (2020). [tridge.com](http://www.tridge.com). Obtenido de [tridge.com](http://www.tridge.com): <https://www.tridge.com/intelligences/billberry/NL>
- Undurraga D., P., & Vargas S., S. (2013). *Manual de Arándano*. Chillán: Instituto de Investigaciones Agropecuarias INIA.
- Universiape. (3 de Enero de 2013). www.universia.net. Obtenido de www.universia.net: <https://www.universia.net/pe/actualidad/empleo/ingles-idioma-negocios-991640.html>
- Us Cranberries. (2018). *Arándanos de Estados Unidos*. Cranberry Marketing Committee.
- Velásquez Vargas, G. (19 de Setiembre de 2015). <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com>. Obtenido de <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com>: <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>
- World Energy Trade. (13 de Febrero de 2020). www.worldenergytrade.com/. Obtenido de www.worldenergytrade.com/: <https://www.worldenergytrade.com/logistica/puertos-y-aduanas/rendimiento-del-puerto-de-rotterdam-aumento-a-469-4-millones-de-toneladas-en-2019>

ANEXOS



ANEXO 01. INFORMACIÓN DETALLADA DEL ARÁNDANO

El Arándano “Superfoods”

Información básica

Entre 2016 y 2017, se duplicó la cosecha de arándano (de 20 000 a 40 000 toneladas) y la tendencia sigue en aumento. Actualmente, somos el segundo exportador a nivel mundial. Durante los últimos cinco años, el Perú desplazó a otros países exportadores de arándanos gracias a un crecimiento de 1355 % en participación en el mercado de Estados Unidos. En ese mismo período, nuestro país desplazó a otras naciones exportadoras de arándanos al crecer en 2157 % su participación en el mercado americano.

Disponibilidad estacional

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SET OCT NOV DIC

De agosto a marzo.

Beneficios de la salud

El arándano posee abundantes pigmentos naturales (antocianos y carotenoides) de acción antioxidante. Contiene bioflavonoides y vitamina A, que pueden contribuir a mejorar la visión nocturna, el prevenir ciertas alteraciones visuales. Asimismo, un estudio realizado, usando polvo de arándano liofilizado en mujeres posmenopáusicas, indicó que podía reducir la presión arterial debido, en parte, a la producción de óxido nítrico.



Distribución geográfica



Valor nutricional

Componentes / Components	Per 100g / Per 100g
Energía / Energy	456.0 kcal
Agua / Water	3.6 g
Proteína / Protein	12.0 g
Carbohidratos / Carbohydrates	34.7 g
Calcio / Calcium	106.0 mg
Fósforo / Phosphorus	3.6 mg
Hierro / Iron	3.6 mg
Retinol / Retinol	2.0 µg
Tiamina / Thiamine	0.17 mg
Vitamina C / Vitamin C	3.0 mg
Riboflavina / Riboflavin	0.14 mg
Niacina / Niacin	1.7 mg

Presentaciones



Fuente: Perú Info

ANEXO 02. ENTREVISTA A GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA MITZI ARANDA

Entrevistado: Mitzi Esther Castro

Cargo: Gerente General de la empresa Mitzi Aranda

Lugar: Avenida Chachani 321 Cerro Colorado, Arequipa

Fecha y Hora: 27/09/2019 - 19:00 horas

Duración: 50 minutos y 17 segundos

Entrevistadora: Mariela Pilco Del Carpio

1. ¿Cómo definiría los arándanos?

Los arándanos son frutas muy poderosas por todas sus propiedades, es una fruta que está de moda en el Perú, por ello tiene mucha demanda en el país. Actualmente muchos médicos recetan este fruto como parte de un tratamiento de alguna enfermedad (cálculos en los riñones, infecciones urinarias, manchas en la cara, retención de líquidos, contra el Alzheimer). Es una muy buena alternativa de poder consumirlos de esta manera.

2. ¿Cómo surgió la idea de constituir la empresa Mitzi Aranda?

Mitzi Aranda ya tiene aproximadamente dos años. Yo no había escuchado antes de los arándanos y me entere por medio de mis abuelitos, ya que ellos trajeron esta planta del fruto y lo plantaron en Majes en una maceta para su propio consumo. Creció y dio fruto, y ahí nació la idea de cultivar este fruto y poder venderlo en el mercado local.

3. ¿Cuál es la cantidad de arándanos que compra a sus proveedores mensualmente?

Como la empresa no exporta todavía, lo mínimo que compramos son 500 kilos y si hay ferias o algún evento, el volumen se aumenta a 1000 kilos. La cantidad máxima que hemos comprado al mes es hasta 1200 kilos, y se logra vender la fruta fresca pero también lo procesamos. (Mermeladas, yogurts, entre otros). A veces pasa que como tenemos mucho arándano y para que no se dañe, lo procesamos y hacemos pulpas, lo congelamos o deshidratamos también.

4. ¿Cuál es el precio al que compra los arándanos frescos?

El precio al cual yo compro el fruto es depende al tipo y variedad del arándano. Hay fruta de primera y hay fruta de descarte. Por ello un precio aproximado al que compro el arándano es de 8 a 10 soles por kilo, de acuerdo a la variedad, estado, etc.

5. ¿Generalmente qué tipo de arándano es el que compra?

El tipo de arándano que compro es Biloxi. La variedad Biloxi es la que viaja al extranjero, es las que tiene mayor duración y la capacidad para aguantar viajes largos.

6. ¿Quiénes son sus proveedores?

Son personas mayoristas, algunos tienen empresas constituidas como proveedores de berries o de frutos y otros son personas naturales. Como se sabe la mayor producción de arándanos está en todo el norte (Trujillo, Chiclayo, Chimbote, Huaraz, etc). También he comprado en Arequipa, específicamente en Majes, de la empresa Damper, la cual es una empresa del norte.

7. ¿Cada cuánto tiempo compra el arándano fresco de sus proveedores?

Siempre he procurado tener la fruta lo más fresca posible. Un tiempo trabajaba haciendo pedidos cada semana pero no me gustaba tener la fruta toda una semana. Lo que estoy haciendo ahora es pedir la fruta cada dos días, por ejemplo antes pedía 120 kilos a la semana, pero ahora pido 60 kilos y después 40 kilos, todo para tener un producto fresco.

8. ¿Ha pensado en producir o cultivar arándanos?

Un tema mío es la inversión. Yo creo que con una Alianza con otra empresa o con algún inversionista sería posible, ya que cuesta mucho cultivar arándanos. En realidad mis abuelos cuentan con terrenos donde cultivan arándanos, pero la cantidad es mínima, y cada tres meses sale determinada cantidad y necesitaríamos también muchas hectáreas para producir más volumen. Incluso pienso que la tierra de Arequipa se adapta mejor al cultivo de este producto.

9. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para traer su producto a Arequipa?

Podría traerlo por transporte aéreo pero el costo del flete es muy alto, por ello utilizamos el medio de transporte terrestre.

10. Respecto a los tiempos o tarifas. ¿Cuánto le cuesta traer su producto a Arequipa?

Como utilizamos el transporte terrestre, el tiempo que demora traer los arándanos desde el norte son dos días de viaje, primero hace una escala a Lima y luego llega a Arequipa. La mayoría de los proveedores del norte ya me envían la fruta con el flete cancelado, lo que ya no demanda un gasto mío de pagar un flete adicional porque ellos ya me dan el precio final con el flete incluido. En cuanto a las tarifas que pago, con flete incluido es de 8 a 10 soles y yo solo me encargo de

recogerlo. Cuando trabajo con otros proveedores y dependiendo de las agencias también, por ejemplo yo trabajo con Transportes Shalom, ellos me cobran un aproximado de 1.10 soles por kilo.

11. ¿Qué barreras, obstáculos respecto a transporte, tiempo y tarifas ha encontrado al traer su producto hasta Arequipa?

Obstáculos siempre he tenido con el tema de los envíos porque los arándanos se aplastan rapidito y en cuanto a la forma de transportarlos, en mi caso, el proveedor lo envía en cajas de 10 kilos y como trabajo con el tipo de arándano biloxi, esto implica más resistencia, aguante y mayor probabilidad de que la fruta llegue en buen estado. A pesar de ser dos días de viaje llega bien, pero también me ha pasado que se presentan fallas técnicas en el medio de transporte y no llega el producto o lo envían a otro destino y la fruta se aplastaba más. El tema de transporte es uno de los mayores obstáculos que siempre se presentan.

12. ¿A qué mercado y/o consumidor está dirigido su producto?

Nosotros distribuimos en Arequipa, a supermercados como Franco, más que todo mercado local. Hemos hecho envíos también a otras ciudades como Tacna, Puno y Bolivia. Se podría decir que mi público principal son las familias, los hogares y personas que buscan tener un estilo de vida más saludable y sano.

13. ¿A qué precio ofrece su producto al mercado local?

Nosotros damos un servicio de delivery gratis (llevamos la fruta a domicilio) sin cobrar un adicional. Hoy en día nosotros ofrecemos el kilo del arándano fresco a 15 soles. Hay meses que sube el precio y lo vendemos hasta 28 o 30 soles y es lo más caro que hemos llegado a vender.

Obviamente que yo también lo compro a un precio elevado, esto se da a que justamente hay mucha demanda en el extranjero y el precio se dispara.

14. ¿Cómo influyen las temporadas de producción de arándanos en los precios locales de este fruto?

En cuanto a temporadas entre los meses de julio a noviembre, en Europa por ejemplo hay mucha producción, ya desde enero a julio empieza a escasear y sube la demanda extranjera de arándanos frescos. Es importante decir que en los meses que el precio se dispara, los consumidores compran menos de lo que suelen comprar, pero son constantes y no dejan de comprar.

15. ¿Qué piensas del uso de pesticidas en los cultivos de arándanos?

Son muy pocas las empresas que manejan un arándano orgánico (libre de pesticidas), justamente por ser una inversión tan grande es que hay empresas con mucha información sobre la preservación de estos frutos. Por ello lo tienen totalmente controlado y están constantemente poniéndoles un montón de insecticidas para evitar que se contaminen.

16. ¿Cuál considera que es su competencia directa en cuanto a la venta de arándanos frescos?

Hay una empresa llamada “Arándanos dulce calidad” (empresa informal), y la gerente también compra del mismo proveedor que yo. Tengo conocimiento de que mueve un poco más de cantidad que yo, pero no es por mucho. Por ejemplo yo pido 10 cajas de arándano fresco y ella pide 8 cajas o por ahí. También creo que por lo que ella lo ofrece a un menor costo y no paga impuestos ni nada de eso es que tiene un movimiento de ventas casi igual al mío. Por otro lado algunos amigos mayoristas que compran por cantidad también serían una competencia directa.

17. ¿Dónde almacena el arándano fresco?

El arándano es una fruta muy perecible y a temperatura ambiente hace que salgan algún tipo de hongo o moho. Por ello utilizamos unos envases especiales para berries llamados clamshells, los cuales tienen bastante oxigenación y permite que la fruta todo el tiempo este respirando. Ni bien llega toda la mercadería en las cajas, lo empaqueto, lo guardo todo en los envases y recién lo refrigero en una conservadora anti hongo. El problema es que si lo dejo en las cajas, los berries se siguen aplastando al pasar los días.

18. ¿Qué tipo de presentación utiliza para los arándanos frescos y otros productos procesados?

Tenemos los envases transparentes (clamshells) en diferentes tamaños, uno de 125 gramos, 250 gramos (1/4 kilo), 500 gramos (1/2 kilo) y un kilo. Los envases grandes no se utilizan mucho porque el fruto ya empieza a aplastarse. La presentación más comercial es el envase chiquito. En cuanto a los productos procesados del arándano como las mermeladas, se utilizan envases de vidrio, es mucho más higiénico y como la mermelada se envasa en caliente, un envase de plástico no resistiría. En cuanto al yogurt también se trabaja con envases de vidrio obviamente con un costo mayor comparado al envase convencional de plástico de un litro. Y en el caso de los deshidratados trabajamos con unas bolsas de papel que tienen una cinta transparente en la parte de adelante para que se vea el deshidratado. Cuando se tiene exceso de fruta, el arándano lo convertimos en pulpa y lo congelamos. No el arándano en sí, sino la pulpa del fruto, se utiliza bolsas en manga y con una maquina en caliente lo sellamos.

19. En cuanto a ventas ¿Cuál es la cantidad vendida (soles y kilos) de arándanos frescos mensualmente?

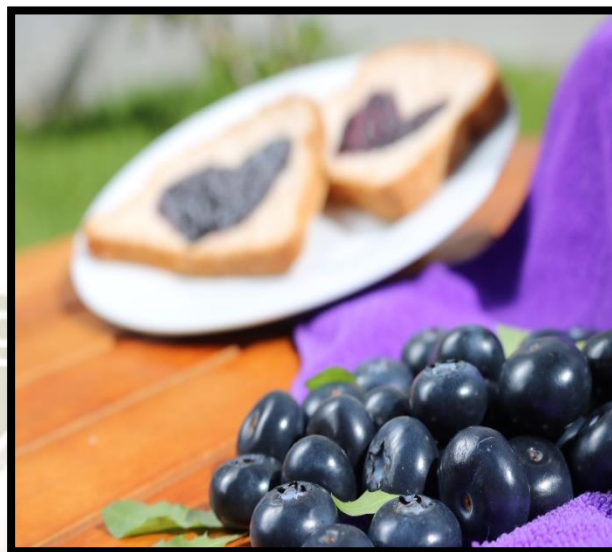
En cuanto a soles, ese dato varía obviamente, pero un aproximado en ventas sería 6000 soles maso menos, y en volumen sería 500 kilos o hasta a veces hemos llegado a duplicar esa cantidad, pero en dinero se ha llegado hasta 8500 soles en ventas de arándanos frescos. Justamente a partir de eso adquirí más personal para llevar la contabilidad de mi empresa, porque al inicio lo hacía yo misma. Y como la empresa empezó a crecer más, era necesario contratar a más personal.

20. ¿Ha pensado en exportar o crecer de alguna otra manera?

Si la verdad es que sí. Tenemos muchos puntos a nuestro favor, tenemos el campo, tenemos las chacras, el lugar donde poder sembrar, pero lo que no tenemos es el capital, porque es un capital muy fuerte aproximadamente unos 200 mil soles, pienso que por ser una fruta con harta demanda la recuperación será rápida pero hay que pensarlo dos veces ya que el riesgo es alto. Si hubiera un socio o inversionista con experiencia se podría usar la marca para exportar arándanos frescos.

Si queremos crecer en cuanto a los productos procesados del arándano. Hoy en día cuento con un taller donde hacemos todo lo relacionado a productos procesados en forma masiva ya que la demanda y la aceptación es muy buena.

Presentación del Arándano Fresco comercializado por Mitzi Aranda



ANEXO 03. FORMATOS DE DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN
ANEXO 3.1. FORMATO FACTURA COMERCIAL

Tomado del Manual de Documentos de Exportación de la CCI

FACTURA COMERCIAL			
(Nombre y dirección completos del exportador)		FACTURA N°	
N° de registro del IVA		FECHA	
Facturar a:		Expedir a:	
Pedido N°			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor total
<p>Enviado por:</p> <p>el:</p> <p>Firmado: -----</p> <p>Fecha :</p>			

Fuente: SIICEX

ANEXO 3.2. FORMATO LISTA DE EMPAQUE

Tomado del Manual de Documentos de Exportación de la CCI

LISTA DE EMPAQUE				
La presente lista se refiere a la factura N°			de fecha	
Cantidad	Número	Contenido de cada bulto	Dimensiones de cada bulto	Peso bruto de cada bulto

Fuente: SIICEX

ANEXO 3.3. FORMATO CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO O BILL OF LANDING

MASTER BILL OF LADING				
(2) Shipper/Exporter		(5) Document No.		
Shipper code		(6) Export References		
(3) Consignee (complete name and address)		(7) Forwarding Agent-References		
(4) Notify Party (complete name and address)		(8) Point and Country of Origin (for the Merchant's reference only)		
		(9) Also Notify Party (complete name and address)		
		Notify code		
(12) Pre-carriage by	(13) Place of Receipt/Date			
(14) Ocean Vessel/By No.	(15) Part of loading	(10) Forward inland Routing/ Export instructions (for the Merchant's reference only)		
(16) Part of Discharge	(17) Place of Delivery			
Particulars furnished by the Merchant				
(18) Consignee	(19) Quantify and kind of packages	(20) Description of Goods		(21) XXXXXXX
CONTAINER No./SEAL No.		COPY NON-NEGOTIABLE		
(22) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)				
(24) FREIGHT & CHARGES	XXXX	Date	For Prepaid	Collect
(25) B/L No.	(27) Number of Original B(s)/L		(29) Prepaid at	(30) Collect at
	(28) Place of B(s)/L Issue/Date		(31) Exchange Rate	(32) Exchange Rate
(26) Service Type/ Mode	(33) Loading on Board			

Fuente: SIICEX

HOUSE BILL OF LADING											
2. EXPORTER (Principal or seller-licensee and address including Zip Code)			5. Document NUMBER	5 a. B/L NUMBER TPE-676542							
			6. EXPORT REFERENCES								
3. CONSIGNED TO			7. FORWARDING AGENT (Name and address –references)								
			8. POINT (STATE) OF ORIGIN OF FTZ NUMBER								
4. NOTIFY PARTY/INTERMEDIATE CONSIGNEE (Name and address)			9. DOMESTIC ROUTING/EXPORT INSTRUCTIONS								
12. PRE-CARRIAGE BY	13. PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER										
14. EXPORTING CARRIER VOYAGE No. W		15. PORT OF LOADING/EXPORT	10. LOADING PER/Terminal								
16. FOREIGN PORT OF UNLOADING MIAMI		17. PLACE OF DELIVERY BY ON CARRIER MIAMI									
MARKS AND NUMBERS (18)		NUMBER OF PACKAGES (19)	DESCRIPTION OF COMMODITIES in Schedule B detail	Gross Weight (21)	Measurement (22)						
				AS ADDRESSED							
XXXXXXX											
FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS											
SUBJECT TO CORRECTION											
MESSANGER TRANSFER OF DOCUMENT FEE		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="padding: 2px 5px;">PREPAID</th> <th style="padding: 2px 5px;">COLLECT</th> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td style="height: 40px;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">\$.00</td> <td style="height: 40px;"></td> </tr> </table>		PREPAID	COLLECT			\$.00		Dated at _____ By _____ AGENT FOR THE CARRIER	
		PREPAID	COLLECT								
\$.00											
FORM – OCEHBLD1 GRAND TOTAL				MO.	DAY						
				B/L No. TPE-676542							

CONSIGNE		FBL NEGOTIABLE FIATA COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING Issued subject to ICC Uniform Rules for a Combined Transport Document BCC publication 298	
Consigned to order of			
Notify address			
Place of receipt			
Ocean Vessel	Port of loading		
Port of discharge	Place of delivery		
Marks and numbers packages	Number and kind of	Description of goods Measurement	Gross weight
According to the declaration of the consignor			
<p>The goods and instructions are accepted and dealt with subject to the Standard Conditions printed overleaf</p> <p>Taken in charge in apparent good order and condition, unless otherwise noted here in, at the place of receipt for transport and delivery as mentioned above.</p> <p>One of these Combined Transport Bills of Lading must be surrendered duly endorsed in Exchange for the goods. In Witness where of the original Combined Transport Bills of Lading all of this tenor and date have been signed in the number stated below, one of which being accomplishes the other(s) to be void</p> <p>-</p>			
Freight amount	Freight payable at	Place and date of issue	
Cargo insurance through the undersigned	Number of Original FBL'S	Stamp and signature	

Fuente: SIICEX

ANEXO 3.4. FORMATO CARTA CRÉDITO

Nombre del banco emisor		Crédito Documentario Irrevocable		Número
Lugar y fecha de emisión		Fecha y lugar de expiración		
Solicitante		Beneficiario		
Banco notificador		Importe		
Embarques Parciales	Transbordos	Crédito disponible		
Permitidos () Prohibidos ()	Permitidos () Prohibidos ()	() pago a la vista () a la aceptación		
Carga a bordo/despacho/toma a Carga en/de: Para su transporte a:		Contra entrega de los documentos que se Detallan: () y la letra de cambio del beneficiario a la sobre		
Documentos que deben presentarse				
Los documentos se presentarán en el plazo de..... días a partir de la fecha de emisión de los documentos de transporte pero dentro del periodo de validez del crédito.				
Por la presente expedimos el crédito documentario a su favor, que está sujeto a las Reglas y usos uniformes relativos al crédito documentario de la CCI (Revisión 1993, Cámara de Comercio Internacional, París, Francia, Publicación No 500) y nos compromete de conformidad con esos términos. En los giros librados se indicarán el número y la fecha de crédito y el nombre de nuestro banco. Si se puede disponer del crédito para negociación, cada presentación deberá anotarse en el reverso de la presente notificación por el banco en que esté disponible el crédito.				
El presente documento se compone de página (s) firmada (s)				

Fuente: SIICEX

ANEXO 3.5. FORMATO CERTIFICADO DE ORIGEN

1 Expedidor	ORIGINAL	
	CERTIFICADO DE ORIGEN	
2 Destinatario/ Agente del destinatario		
	3 País de origen	
4 Datos del transporte (opcionales)	5 Observaciones	
6 Número de la partida: marcas, números, número y clase de los Embalajes: descripción de las mercancías		7 Cantidad
8 LA AUTORIDAD QUE SUSCRIBE CERTIFICA QUE LAS MERCANCIAS MÁS ARRIBA DESCRITAS TIENEN SU ORIGEN EN EL PAÍS INDICADO EN LA CASILLA 3. Lugar y fecha de emisión: nombre, firma y sello de la autoridad competente		

Fuente: SIICEX

ANEXO 04. PROYECTO DE TESIS

1. PLANTEAMIENTO TEORICO

1.1. Enunciado del problema

Análisis Comparativo para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

1.2. Descripción del problema

Actualmente el arándano o blueberry es una de las frutas más rentables en el mundo, por sus diversas características nutricionales y antioxidantes. Es considerada también como una “superfruta” en varios países extranjeros lo que la ha llevado a incrementar su demanda y consumo en mercados exteriores como Estados Unidos, Países Bajos, Inglaterra China y España.

Según el MINCETUR, (2019), las exportaciones peruanas de frutas (frescas, congeladas, conservas y jugos) representan más del 50% de las agroexportaciones y éstas crecieron un 9.5% en el primer trimestre del 2019, teniendo como resultado que las mayores ventas fueron de arándano (70%), granada (27%) y uva (19%).

Una investigación realizada por la consultora Maximixe señaló que, a finales del 2019, las exportaciones de arándanos aumentarían en 60.2%, llegando hasta los US\$ 885 millones. La principal razón será el aumento de envíos a los mercados de Estados Unidos, Países Bajos y China.

Pese a que en el Perú se comenzó a cultivar arándanos entre los años 2007- 2008, los envíos a mercados exteriores crecieron significativamente entre los años 2012 y 2018, mostrando una

producción de 89.735 toneladas en el 2018, representando así un volumen mayor en 71.6% respecto al año 2017. Siendo los principales mercados destino Estados Unidos con un 54% y Países Bajos con un 21%.

A nivel de Sudamérica, el Perú es considerado el segundo exportador mundial de arándano fresco, después de Chile. Sus principales regiones productoras son La Libertad, Lambayeque, Ica, Lima y Áncash.

Por otro lado, el “Informe del Mercado de Arándanos” señaló que la producción de arándanos tendrá un aumento de 50% debido a las mejores condiciones climatológicas en las regiones de La Libertad y Lambayeque Gestión, (2019).

Se sabe que la mayor parte de la producción y cantidad de hectáreas de arándanos se concentra en el norte del país, especialmente en el departamento de La Libertad, el cual ha mostrado en los últimos años un crecimiento abismal con el apoyo de las empresas CAMPOSOL S.A y TAL S.A, las cuales han probado diversas técnicas de cultivos, climas, fertilizantes, etc.

Sin embargo, la empresa Mitzi Aranda ha logrado incursionar en el mercado de la comercialización de arándanos frescos, en la ciudad de Arequipa a través de una alianza estratégica con proveedores provenientes del norte del País, encontrando una oportunidad de crecimiento para la empresa el empezar a exportar a nuevos mercados. Para ello, si se busca ser competitivos a largo plazo en cuanto a la exportación de blueberries, se requiere realizar un análisis comparativo de los principales mercados destino de esta fruta que son Estados Unidos y Países Bajos, para dar a conocer a la empresa Mitzi Aranda, respecto a la demanda,

liberación y logística de cada mercado, así como sus cambios, sensibilidad y procesos de internacionalización.

Es importante resaltar que la exportación de esta fruta es y será un negocio muy importante para el Perú porque la demanda demuestra una tendencia al alza para los años posteriores, sobre todo en los mercados de EEUU, Europa y China, lo que hace atractiva la inversión, y pone de manifiesto el reto de los productores peruanos para poder satisfacer el requerimiento con su oferta.

1.2.1 Campo, Área y Línea

- **Campo:** Ciencias Económicas administrativas
- **Área:** Ingeniería Comercial
- **Línea:** Negocios internacionales

1.2.2. Tipo de problema

1.2.2.1. Tipo:

Por la fuente, corresponde a un tipo de investigación documental, porque se realizará recopilación de información y análisis de datos obtenidos a partir de datos estadísticos, entrevistas y documentación publicada.

1.2.2.2. Nivel:

De acuerdo con el propósito o alcance de la investigación, corresponde a un estudio de nivel descriptivo, porque se pretende realizar un análisis comparativo para la exportación de arándano fresco hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

1.2.3. Variables

1.2.3.1. Variable independiente:

- Análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos.

1.2.3.2. Variable dependiente:

- Exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados Estados Unidos y Países Bajos.

1.2.3.3 Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE: Análisis Comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos	Factor Cultural	Idioma Consumidores	Observación Documental Recopilación de datos estadísticos.
	Factor Económico	PBI Anual PBI Per Cápita Balanza Comercial Precios Nivel de Demanda (Importaciones)	
	Factor Barreras Comerciales	Acuerdos Comerciales Certificaciones y Requisitos	
	Factor Logístico	Accesos (Puertos) Tiempo de Tránsito Tarifas	
VARIABLE DEPENDIENTE: Exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos	Oferta Productiva	Producción Nacional Zonas de Cultivo Estándares de Calidad	Recopilación de datos de producción.
	Perspectiva Empresarial	Proceso de Acopio de la Empresa	Entrevista a Gerente Empresa Mitzi Aranda.

1.2.4. Interrogantes básicas

1.2.4.1. Interrogante General

- ¿Es posible evaluar mediante un análisis comparativo de mercados, la oportunidad de exportar Arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia Estados Unidos o Países Bajos?

1.2.4.2. Interrogantes Específicas

- ¿Cómo los Factores Culturales de Estados Unidos y Países Bajos influyen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿De qué Manera los Factores Económicos de Estados Unidos y Países Bajos determinan la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿Qué barreras comerciales se presentan en Estados Unidos y Países Bajos, y como estas intervienen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?
- ¿Cuáles son los Factores Logísticos a considerar de Estados Unidos y Países Bajos y cómo afectan a la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda?

1.2.5. Justificación

1.2.5.1. Justificación Social

La oportunidad de exportación de arándanos frescos, comercializado por la empresa Mitzi Aranda, se verá reflejada en el crecimiento de la misma, a su vez generando nuevas fuentes de empleo, así como un mayor movimiento e impulso económico.

La investigación permitirá una mejor toma de decisiones respecto a la selección del mercado objetivo al que se dirigirá, basándose en criterios que representan una mayor rentabilidad para la empresa Mitzi Aranda.

La identificación de nuevos mercados para la exportación de un producto representará una oportunidad para los productores y microempresarios como la gerencia de la Empresa Mitzi Aranda quienes podrán disponer de una herramienta no solo informativa sino también que contribuya como elemento para orientar las exportaciones a mejores destinos.

1.2.5.2. Justificación económica

El Perú posee una economía dependiente principalmente de la minería. Este recurso no es renovable y tampoco es eterno, por esta razón resulta de vital importancia encontrar nuevas maneras de potenciar la economía peruana. El sector exportador agrícola del Perú representa una opción de ingresos emergente y en crecimiento que puede aportar divisas para el país ya que presenta una tendencia que va incrementando, especialmente por la adopción de nuevas tecnologías de procesamiento de vegetales, ya que de esta manera pueden brindar valor agregado al producto haciéndolo más atractivo para el mercado extranjero. Para contribuir a esta tendencia se plantea la exportación de Arándano Fresco comercializado por la Empresa Mitzi Aranda, la cual se verá beneficiada con la elección de un mercado de destino que demande menores costos y máximas ganancias.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Evaluar mediante un análisis comparativo de mercados la oportunidad de exportar Arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia Estados Unidos o Países Bajos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar los Factores Culturales de Estados Unidos y Países Bajos que influyen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Establecer de qué manera los Factores Económicos de Estados Unidos y Países Bajos determinan la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Definir qué barreras comerciales se presentan en Estados Unidos y Países Bajos, y como estas intervienen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.
- Identificar los Factores Logísticos a considerar de Estados Unidos y Países Bajos y cómo afectan a la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.

1.4.Marco Teórico

1.4.1. Mercado del Arándano

Tabla 2 Descripción del Arándano

Nombre Científico	Vaccinium Myrtillus
Descripción de la Partida	Arándanos Rojos, Mirtilos y demás Frutos Del Genero Vaccinium, Frescos
Partida Arancelaria	0810.40.00.00
Descripción del Producto	Son frutas pequeños y comestibles, también conocidos como berries, bayas o frutas del bosque.
Variedades	En el Perú existen más de 30 variedades de arándanos que se han introducido a lo largo de los años. Las más resaltantes son la variedad biloxi, emerald, legacy, ventura, jewel, misty, snwchaser y spronghih.
Calidad	Calidad Visible, relacionada con la apariencia de la fruta como color, forma y tamaño de este. Calidad Organoléptica, relacionado con el contenido y aroma del fruto. Calidad Nutritiva, relacionado a los atributos que posee el fruto para la salud.
Beneficios	Antioxidante, disminuye la presión sanguínea, previene el cáncer, fortalece huesos, mejora la visión, bajo en calorías, reduce azúcares en la sangre, ayuda a perder grasa, ayuda a la estimulación cerebral, previene infecciones urinarias.
Presentaciones	A parte de ser utilizados como frutos frescos, también pueden usarse como productos secos, congelados, deshidratados, extractos, alimentos procesados, entre otros.
Zonas de Cultivo	La mayor parte de ésta se encuentra concentrada en la región La Libertad, que representa aproximadamente un 90% del total producido y exportado por el país, le siguen con volúmenes poco significativos Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Lima y Lambayeque.
Estacionalidad	En el Perú se produce arándanos durante todo el año, siendo los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre en donde se producen mayores cantidades.

Fuente: Elaboración: Propia

Este fruto ha demostrado ser es altamente competitivo y se encuentra enfocado en alcanzar un abastecimiento global durante todo el año. Es importante mencionar que el mercado del arándano es muy versátil.

a) Producción Nacional de Arándano

Minagri, (2016) a partir del 2008, se empieza a plantar un creciente número de hectáreas de arándanos. En el año 2012 ya se tenían sembradas 400 hectáreas de arándanos y ésta aumenta en 385% en relación al año 2014, cuando se estima una extensión plantada de 1 940 hectáreas. En el año 2015 el número de áreas sembradas son calculadas en 2 500 hectáreas (+ 29% respecto 2014) y para el 2016 todas las estimaciones apuntan a una cifra récord de 3 200 hectáreas sembradas (+ 28% con relación a 2015). Esto refleja la gran expectativa que este cultivo ha generado en el país y que muestra el crecimiento promedio anual de las áreas sembradas en un 68%.

b) Niveles de importación de arándano

Minagri, (2016) el nivel de las importaciones de arándanos se ha ido incrementando en el tiempo, con una tasa promedio anual de 14%, lo cual indica un mayor dinamismo que la evolución del nivel de las exportaciones, esto es debido a la alta demanda mundial por este fruto. En el año 2008 se importaron 148 mil toneladas, pero en el año 2015 el volumen importado ha aumentado significativamente hasta 369 mil toneladas

c) Niveles de Exportación

En cuanto al nivel de las exportaciones mundiales, “el arándano fresco mostró un comportamiento sostenidamente creciente, con una tasa de incremento promedio anual de 9,9%. No obstante, en el año 2015 el incremento fue de 10,3% respecto al año anterior (373 mil toneladas)” Minagri, (2016).

d) Mercado Objetivo

El consumo mundial de las frutas finas o berries viene aumentando constantemente debido a que son considerados alimentos funcionales con excelentes propiedades nutritivas y terapéuticas, además de presentar colores, formas y sabores muy atractivos.

En la Tabla superior se pueden observar a los 10 principales mercados más atractivos del arándano fresco, los cuales son Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido, China, Canadá, España, Singapur, Tailandia y Bélgica. También se puede observar que el Valor FOB de cada país exportador ha aumentado considerablemente durante los periodos 2015 al 2017.

1.4.2. Empresa Mitzi Aranda

Tabla 3 Descripción de la Empresa Mitzi Aranda

Empresa	Mitzi Aranda
Gerente General	Su Gerente General y fundadora es la Srta. Mitzi Esther Castro.
Reseña Histórica	La empresa Mitzi Aranda se dedica a comercializar Arándanos frescos en la ciudad de Arequipa. La empresa inició sus operaciones hace aproximadamente 2 años y surgió como idea de un negocio familiar, cultivo y comercialización de Arándano, gracias a la gran acogida del producto, esto debido a la mayor difusión de sus propiedades y beneficios, se inició alianzas estratégicas con proveedores del norte del País, personas Naturales y comercializadores al por mayor.
Misión	Contribuir con a la mejora de la calidad de vida y salud de la población Arequipeña, a través de la comercialización de Arándanos de calidad y mayor difusión de sus propiedades.
Visión	Ser la principal comercializadora de Arándanos en la ciudad de Arequipa e ingresar a nuevos mercados Nacionales e internacionales, manteniendo la calidad que diferencia a su producto.
Valores	Honestidad, Empeño, Dedicación y Natural.

Fuente: Elaboración: Propia

A) Perspectiva Empresarial

El Perú ha crecido de manera importante en sus exportaciones, y un gran componente de estas se debe a los productos de agro exportación, sobre todo de productos no tradicionales.

En este sentido el rubro de frutos de los berries, y dentro de ellos el arándano, es una oportunidad interesante para nuestro país. El arándano tiene un mercado interesante, con una demanda creciente y que aún no está satisfecha. Es una fruta que tienen buenos precios, sobre todo en las ventanas de producción en el que Perú puede producir en contra estación.

En nuestro país existen las condiciones climáticas adecuadas para su cultivo, principalmente en la Zona Norte y Centro del Perú, donde poseen el conocimiento técnico para poder implementar técnicas específicas para este cultivo.

El arándano, en su mayoría, se comercializa en su estado fresco, pero también se industrializa para la elaboración de jugos, mermeladas, tortas y postres. Lo restante de la producción se destina hacia casas de repostería y consumidores particulares y mercado de consumo institucionalizado a nivel local.

1.4.3. Mercado de Estados Unidos

Tabla 4 Descripción del Mercado de Estados Unidos

Población	327.167.434 millones de habitantes
Idioma Oficial	Inglés
Moneda Oficial	Dólar estadounidense (USD)
Pbi Anual	20,580,200 Millones de US\$ (2018)
Pbi Per Cápita	62.904 Miles de US\$ (2018)
Balanza Comercial	.-1,367,057 Millones de US\$ (2018)
Consumidores	Exigentes con la calidad y empaquetado del producto, preferencia por las compras más prácticas y sin mucha importancia al precio del producto.
Precios de Importación de Arándano	\$ 8,267 Dólar Americano(2018)
Importaciones de Arándano	307,273 Miles de US\$ (2018)
Tratados de Libre Comercio	El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos
Arancel	Arancel del 0%
Certificaciones y Requisitos	Contrato de Compra – Venta Internacional, Factura Comercial, Lista de Empaque, Conocimiento de Embarque, Carta de Crédito, Certificado Fitosanitario, Certificado de Origen.
Medio de Transporte	Marítimo
Puerto de Llegada	Puerto de Miami

Fuente: Elaboración: Propia

Estados Unidos, de ser una economía emergente pasó a convertirse en una superpotencia dominante en todos los ámbitos, por ello es considerada la primera economía a nivel mundial. Es considerado un país con un mercado abierto y con gran potencial.

1.4.4. Mercado de Países Bajos

Tabla 5 Descripción del Mercado de Países Bajos

Población	17.282.163 millones de habitantes
Idioma Oficial	Holandés o Neerlandés
Moneda Oficial	Euro (EUR)
Pbi Anual	912,899 Millones de US\$ (2018)
Pbi Per Cápita	52.823 Miles de US\$ (2018)
Balanza Comercial	1,119,271 Millones de US\$ (2018)
Consumidores	Muy estrictos con la calidad y etiquetas certificadas del producto, preferencia por productos prácticos, sanos y duraderos, sensibles a los precios del producto y ofertas especiales.
Precios de Importación de Arándano	\$ 7.169 Dólar Americano(2018)
Importaciones de Arándano	77,829 Miles de US\$ (2018)
Tratados de Libre Comercio	Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea
Arancel	Arancel del 0%
Certificaciones y Requisitos	Factura Comercial, Lista de Empaque, Conocimiento de Embarque, Certificado Fitosanitario, Certificado de Origen, Certificado Sanitario y Formato DAM.
Medio de Transporte	Marítimo
Puerto de Llegada	Puerto de Rotterdam

Fuente: Elaboración: Propia

Los Países Bajos poseen una economía flexible y abierta, y el comercio con otros países ha tomado gran importancia. Es considerada una economía dedicada al comercio por excelencia, por lo que presenta un mayor grado de apertura en relación con otros países de la Unión Europea.

1.4.5. *Análisis Comparativo*

a) Matriz de Perfil Competitivo

La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta de análisis que permite visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de un mercado internacional o una empresa.

Esta matriz permite identificar a los principales competidores de un mercado, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades particulares. En una MPC, los factores incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades.

Los Factores Claves o Determinantes para el Éxito son las áreas claves, que deben llevarse al nivel más alto posible de excelencia si una empresa quiere tener éxito en un mercado en particular. Estos factores varían entre diferentes grupos estratégicos e incluyen tanto factores internos como externos.

b) Elementos de la MPC

a. El Peso en la Matriz: cada factor crítico de éxito debe tener un peso relativo que oscila entre 0,0 (poca importancia) a 1.0 (alta importancia). El número indica la importancia que tiene el factor en el mercado internacional y/o empresa.

b. El Rating: se refiere a la calificación que se le da a cada factor de acuerdo al mercado internacional y/o empresa. Van desde 3 a 1, en donde cada valor significa:

1. Importancia Menor
2. Importancia Media
3. Importancia Mayor

c. Puntaje: es el resultado de la multiplicación del peso por el rating. Cada mercado internacional y/o empresa recibe una puntuación en cada factor.

Tabla 6 Ejemplo de Matriz de Perfil Competitivo

Matriz de Perfil Competitivo							
Factores Clave	Peso	Walt Disney		Warner Bros		Universal	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Publicidad	0.1	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Finanzas	0.15	4	0.60	3	0.45	2	0.30
Administración	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Tecnología	0.15	3	0.45	4	0.60	3	0.45
Innovación	0.25	3	0.75	4	1.00	3	0.75
Marca	0.2	4	0.80	3	0.60	3	0.60
Total	1		3.45		3.4		2.85

Fuente: Elaboración propia

c) *Elaboración de la Matriz de Perfil Competitivo*

1. Identificar los Factores Clave: este paso dependerá de cada industria o mercado en particular. Por ejemplo, industrias de consumo masivo tendrán factores, como la marca, que en otras industrias no serán importantes, como la marca en proveedores del Estado. Básicamente, la idea es identificar los factores que hacen que algunas empresas y/o mercados triunfen mientras que otros fracasen.

2. Asignar pesos a cada factor: existen varias formas de asignar pesos a cada factor. Las opciones más importantes son tener en cuenta la opinión de managers, clientes o comparar las empresas o mercados más exitosos con el resto, para identificar los factores más importantes. Los pesos deben sumar 1.

3. Asignar ratings a cada empresa o mercado: Se pueden tomar diversas estrategias para obtener un rating, el cual puede ser subjetivo. Por ejemplo, para obtener un rating en el factor Marketing, analizar opiniones de expertos en Marketing con conocimiento de la industria.

4. Calcular el rating final de cada empresa.

5. Comparar los puntajes finales y tomar medidas: La empresa debe tomar medidas para mejorar su situación competitiva.

1.4.6. Bibliografía básica

DDE. (Mayo de 2018). Diario del Exportador. Obtenido de diariodelexportador.com:
<https://www.diariodelexportador.com/2018/05/como-se-calcula-el-flete-en-el.html>

Dorta González, P. (2013). Transporte y Logística Internacional. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Durán Ulloa, T. (2013). Análisis Comparativo de la Exportación de Brócoli Congelado para los Mercados de Estados Unidos y la Unión Europea en el Periodo 2008 - 2011. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

El Peruano. (17 de Mayo de 2019). elperuano.pe. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticiacomercio-entre-peru-y-apec-logro-cifra-record-el-2018-79598.aspx>

Embajada Argentina ante el Reino de los Países Bajo. (2016). Perfil de mercado Arándanos. Embajada Argentina ante el Reino de los Países Bajos - Promoción Comercial.

Estrella Mandujano, S., & Hidalgo Ramos, S. (2015). Alternativas de Mercado para la Exportación de mango fresco. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.

Falcón Muñoz, R., & Riveros Villanueva, E. (2011). Análisis Comparativo de las Exportaciones de Quinoa de Perú y Bolivia 2005 - 2010. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Gamarra Solórzano, J. (2016). Estrategias de Mercado para Fomentar la Exportación de Arándano (*Vaccinium spp.*) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.

Globofran. (28 de Enero de 2016). globofran.com. Obtenido de <http://globofran.com/caracteristicas-del-consumidor-estadounidense/>

Ibercondor. (1 de Marzo de 2017). ibercondor.com. Obtenido de <https://ibercondor.com/blog/el despacho-y-los-canales-de-la-aduana/>

Inforegion. (3 de Septiembre de 2012). www.inforegion.pe. Obtenido de <http://www.inforegion.pe/141409/arandano-la-nueva-estrella-de-la-agro-exportacionperuana/comment-page-1/>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). El Arándano en el Perú y el Mundo . Lima.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (19 de Mayo de 2019). Exportaciones de frutas crecieron 9.5% en el primer trimestre de 2019. Obtenido de gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/28551-exportaciones-de-frutascrecieron-9-5-en-el-primer-trimestre-de-2019>

Redacción Gestión. (6 de Junio de 2019). Gestión. Obtenido de gestion.pe: <https://gestion.pe/economia/mercados/exportacion-peruana-arandanos-crecero-60-22019-269416>

1.5. Antecedentes

- **“Alternativas de mercado para la exportación del mango fresco (Mangifera indica.L)”**

Autor: Estrella y Hidalgo, (2015) el objetivo de su investigación fue definir qué posibilidades tenían para exportar mango frasco a mercados nuevos. Teniendo como propósito realizar un análisis de la demanda de consumo en los diferentes países considerados potenciales, y teniendo en cuenta aspectos de riesgo.

Para lograr determinar si es rentable introducir el producto en los mercados de destino, se realizó una simulación la rentabilidad estocástica conocida como método de Monte Carlo con el cual se realizó el análisis respectivo de los riesgos e incidencia

de las variables dependientes, así como su efecto en la variabilidad o riesgo de las variables dependientes.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la simulación de Monte Carlo, se concluyó que aquellos mercados considerados potenciales fueron China, Francia y Suiza, en tanto que Colombia y Vietnam tienen más probabilidades de poseer escenarios negativos.

- **“Análisis comparativo de la exportación de brócoli congelado para los mercados de estados unidos y la unión europea en el periodo 2008-2011”**

Autor: Duran, (2013) el objetivo de su trabajo de investigación fue comparar dos mercados de destino en la exportación de brócoli congelado desde la ciudad de Quito, Ecuador. Se realizó un análisis de las ventajas y desventajas en la producción y exportación de brócoli congelado hacia los dos mercados mencionados.

Los factores que intervienen y el proceso logístico a desplegar conforma una de las fases más importantes de la exportación ya que se pueden incrementar costos de producto de no escoger las opciones adecuadas al momento realizar el traslado y transporte. Una adecuada planificación, cuidado y control aseguran evitar costos adicionales y pérdidas en las ventas.

La investigación determinó que el primer destino preferido por el brócoli ecuatoriano es Estados Unidos .Las exportaciones para Estados Unidos y para Europa siguen básicamente los mismos procesos de empaque, embalaje y de transporte, la diferencia está en los costos de transporte que son diferentes, abriendo una fase en el proceso logístico que consideran factores que diferencian los precios del producto entre ambos destinos.

- **“Análisis comparativo de las exportaciones de quinua de Perú y Bolivia”**

Autor: Falcón y Riveros, (2011) su investigación tuvo como objetivo principal definir los factores de éxito de las exportaciones de quinua teniendo en cuenta y tomando como referencia al mercado boliviano.

Las principales conclusiones obtenidas como resultado de la investigación indican que existe una ausencia de asociatividad y promoción en cuanto a las exportaciones de parte del estado peruano, lo que no ha permitido que el Perú se consolide en el mercado internacional en la misma magnitud que Bolivia. Asimismo, se reconoció y evidenció que Bolivia cuenta con una consolidada asociación nacional de productores de quinua, más conocido como ANAPQUI, esto debido a la adecuada difusión y promoción de las exportaciones de este producto. Además, después de analizar la data estadística de las exportaciones de los principales productores de quinua, como son Bolivia y Perú, se pudo afirmar que es importante que exista una asociación nacional de productores en el Perú, con la finalidad de tomar decisiones con gestión óptima, solidez y organización para desarrollar los objetivos planteados.

- **“Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*vaccinium* spp.) desde lima a estados unidos a partir del 2017”**

Autor: Gamarra, (2016) la investigación tiene como objetivo principal analizar y plantear estrategias de mercado para el desarrollo de la producción y comercialización del arándano peruano (*Vaccinium* Spp.) que permitan el incremento de sus ventas, su posicionamiento en el mercado americano y que asegure su rentabilidad en el desarrollo de la actividad a partir del 2017, consistente de un análisis global del arándano en el Perú y el mundo y que ha permitido identificar oportunidades de desarrollo para este cultivo y mejorar la posición del Perú frente a la competencia.

Los resultados de la investigación concluyeron que hubo un incremento en las ventas de las exportaciones de arándano peruano en promedio de diez años en 70%, aplicando las estrategias de marketing puede incrementarse hasta un 26% más; adicionalmente, se identificó que Perú actualmente tiene el 5.2% de la cuota del mercado de arándanos en Estados Unidos siendo su potencial deseado de 26,88% .

1.6. Hipótesis

Dado que en la actualidad se cuenta con diversas alternativas de mercados extranjeros, con especial demanda de productos agrícolas de la región como, por ejemplo, el arándano.

Es probable que: mediante un análisis comparativo de mercados internacionales se determine la mejor oportunidad para su exportación por la empresa Mitzi Aranda - Arequipa hacia Estados Unidos o Países Bajos considerando los Factores Culturales, Factores Económicos, las Barreras Comerciales y Factores Logísticos de ambas opciones de mercado objetivo.

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e Instrumentos

- Variable Independiente: Análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos.

Para realizar el análisis comparativo entre los mercados de Estados Unidos y Países Bajos se empleará la técnica del análisis documental, mediante la revisión de base de datos, a través de publicaciones anuales o mensuales de SIICEX, TRADEMAP, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), Asociación de Exportadores (ADEX), entre otras entidades internacionales de comercio.

- Variable Dependiente: Exportación de arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

Para esta variable, se utilizará la técnica de la entrevista, realizándola con preguntas estructuradas (fuente primaria), la misma que estará dirigida a la gerencia de la empresa Mitzi Aranda que no se encuentran actualmente exportando arándanos hacia los mercados de los Estados Unidos o Países Bajos.

2.2. Estructura de los Instrumentos

Tabla7 Estructura de los instrumentos

Técnica	Instrumentos
Investigación de campo (Entrevistas)	a) Ficha de entrevista b) Grabador de audio c) Cuaderno de apuntes - Bolígrafos
Análisis Documental (Bases de datos, informes, reportes, publicaciones)	d) Reportes SIICEX e) Páginas web del ministerio de comercio exterior y agricultura f) Páginas oficiales de Perú y EE UU, UE g) TRADEMAP h) Impresora i) Fichas bibliográficas j) Textos, Tesis k) Ficha de observación

Fuente: Elaboración propia

2.3. Campo de verificación

2.3.1. Ámbito

La presente investigación se llevará a cabo en la provincia y departamento de Arequipa. Considerando el proceso de Acopio realizado por la empresa Mitzi Aranda de arándano del norte del País y los mercados extranjeros de destino.

2.3.2. Temporalidad

El análisis se desarrollará a partir del primer bimestre del año 2020. La duración será de aproximadamente de 12 meses, comenzando en Enero y terminando en Diciembre del 2020.

2.3.3. Unidades de estudio

Se considerará como unidad de estudio la Exportación de Arándano (*Vaccinium Ericaceae*), hacia Estados Unidos o Países Bajos.

2.4. Estrategia de recolección de datos

La estrategia para la recolección de información se desarrollará en 4 fases de acuerdo a los objetivos formulado en el presente plan de tesis.

- **Fase observacional**

Se realizará una observación del proceso de acopio y comercialización de arándano en el mercado Local, los aspectos involucrados, la oferta, se identificará los mercados de demanda internacional; se emplearán técnicas de investigación. Estas técnicas permitirán considerar la información relevante, los hechos y acontecimientos que resultan relevantes para la problemática de investigación.

- **Fase de investigación documental**

Se hará un análisis exhaustivo de la información, publicaciones, investigaciones, se seleccionará una metodología para la ejecución de los objetivos del proyecto, se identificarán bibliografía referente a la exportación de productos agrícolas desde el Perú hacia el mercado europeo y el mercado estadounidense, haciendo énfasis en los procedimientos de importación comunes e individuales para estos dos destinos, este será el insumo indispensable para el contenido teórico y la formulación del análisis comparativo.

- **Fase de coordinaciones**

Más adelante se realizarán las coordinaciones necesarias con la Empresa Mitzi Aranda, dedicada a la comercialización de arándano; también se podrá entablar contacto con instituciones promotoras relacionadas al agro y comercio exterior como MINCETUR, MINAGRI, SIICEX, ADEX y cámara de comercio de Arequipa, , Aduanas para obtener información de primera mano.

Se solicitará permiso o apoyo para desarrollar la investigación.

- **Fase aplicación de entrevistas**

Con la obtención de los permisos y el apoyo institucional necesario, se podrá realizar el recojo de información primaria, realizando la entrevista con la gerencia de la empresa Mitzi Aranda, esta se aplica a la gerencia, ya que es la encargada de la supervisión de los procesos de compra y contacto directo con proveedores de Arándano fresco.

Una vez obtenida la información se procederá a su análisis e interpretación respectiva.

2.5. Criterios para el manejo de resultados

Se realizará un análisis en base a los factores claves seleccionados, empleando una Matriz de Perfil Competitivo para realizar el análisis comparativo entre países.

2.6. Recursos necesarios

2.6.1 Recursos Humanos

- Investigadora
- Asesores
- Gerencia Empresa Mitzi Aranda.

2.6.2. Recursos Materiales

- Papelería
- Bolígrafos
- Guía de observación
- Libretas apuntes

- Formularios y Fichas
- Escritorio

Equipos

- Laptop
- Computadora
- Impresora
- Grabador de audio
- Cámara digital

2.6.3. Recursos Financieros

Esta investigación es autofinanciada por la tesista.

Tabla 8 Recursos necesarios a utilizar

Material	Cantidad	Monto S/.
Material de escritorio		
- Papel bond A-4	3 millar	100.00
- Bolígrafos	4	10.00
- Libretas apuntes, fichas.	1	20.00
Material para almacenar datos		
- Programas de Word, Excel	1	30.00
- Memorias USB	1	50.00
Servicios		-
- - Búsqueda en internet	-	100.00
- Entrevista	-	200.00
Impresos		
- Plan y avance	2	150.00
- Otros	-	200.00
Total		S/. 860.00

Fuente: Elaboración propia

2.7. Matriz de Consistencia

OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Objetivo General:	Hipótesis General:	Variable Independiente:			
Evaluar mediante un análisis comparativo de mercados la oportunidad de exportar Arándano fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia Estados Unidos o Países Bajos.	Dado que: en la actualidad se cuenta con diversas alternativas de mercados extranjeros, con especial demanda de productos agrícolas de la región como, por ejemplo, el arándano.	Análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos	Factor Cultural	Idioma Consumidores	Observación Documental. Recopilación de Datos Estadísticos.
			Factor Económico	PBI Anual PBI Per Cápita Balanza Comercial Precios de Demanda Nivel de (Importaciones)	
Objetivos Específicos:			Factor Barreras Comerciales	Acuerdos Comerciales Certificaciones y Requisitos	
-Determinar los Factores Culturales de Estados Unidos y Países Bajos que influyen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.			Factor Logístico	Acceso de (Puertos) Tiempo de Tránsito Tarifas	
-Establecer de qué manera los Factores Económicos de Estados Unidos y Países Bajos determinan la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.	Es probable que: mediante un análisis comparativo de mercados internacionales se determine la mejor oportunidad para su exportación por la empresa Mitzi Aranda - Arequipa hacia Estados Unidos o Países Bajos considerando los Factores Culturales, Factores Económicos, las Barreras Comerciales y Factores Logísticos de ambas opciones de mercado objetivo.				
-Definir qué barreras comerciales se presentan en Estados Unidos y Países Bajos, y como estas intervienen en la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.		Variable Dependiente:			
		Exportación de Arándano Fresco de la Empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos	Oferta Productiva	Producción Nacional Zonas de Cultivo Estándares de Calidad	Recopilación de datos de producción.
-Identificar los Factores Logísticos a considerar de Estados Unidos y Países Bajos y cómo afectan a la selección del mercado objetivo para la exportación de Arándano Fresco de la empresa Mitzi Aranda.			Perspectiva Empresarial	Proceso de Acopio de la Empresa	Entrevista a Gerente Empresa Mitzi Aranda

Fuente: Elaboración propia

2.8. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	2020																								
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE													
Revisión bibliográfica y propuesta de investigación																									
Elaboración planteamiento teórico y operacional																									
Presentación y Revisión del proyecto de tesis																									
Subsanación de las observaciones y Aprobación del perfil																									
Inicio de la recolección de información																									
Aplicación de instrumentos de investigación																									
Análisis estratégico y Estudio de mercado																									
Redacción de resultados																									
Redacción de conclusiones																									
Presentación del borrador de tesis																									
Lectura y calificación por asesores																									

Fuente: Elaboración propia